व्यावसायिक शिक्षा के प्रारम्भिक सिद्धान्त

[राजस्थान विश्वविद्यालय की प्री-यूनीवर्सिटी वाणिज्य कक्षाओं के लिए निर्धारित नवीनतम पाठ्यक्रमानुसार एक विस्तृत विवेचन]

लेखक

डॉ० एस० सी० सक्सेना,

एम० ए०, एम० कॉम०, एल-एल० बी०, पी-एच० डी०

वाणिज्य विभाग, महारानी लक्ष्मीबाई कॉलेज,

ग्वालियर (म० प्र०)

साहित्य भवन

शिक्षा सम्बन्धी साहित्य के प्रकाशक

आगरा

प्रकाशक
साहित्य भवन
२७३२, सुई कटरा, आगरा।

प्रथम संस्करण १९६१

मूल्य : रु० ५.६२ नये पैसे

मुद्रक
राष्ट्रीय इलेक्ट्रिक प्रेस
शीतला गली, आगरा।

भूमिका

प्रारम्भिक

"व्यावसायिक शिक्षा के प्रारम्भिक सिद्धान्त" शीर्षक पुस्तक की रचना मुझे राजस्थान विश्वविद्यालय की प्री-यूनीवर्सिटी वाणिज्य कक्षाओं के विद्यार्थियों के लाभार्थ करनी पड़ी। राजस्थान विश्वविद्यालय ने गत कुछ समय से त्रिवर्षीय कोर्स (Three Year Degree Course) प्रारम्भ कर दिया है। प्री-यूनीवर्सिटी कक्षा वास्तव में विश्वविद्यालय के त्रिवर्षीय कोर्स में प्रवेश पाने की पूर्व की तैयारी है। दसवी कक्षा के उत्तीर्ण विद्यार्थी इसमें भाग ले सकते हैं। प्री-यूनीवर्सिटी कक्षायें अल्पकालीन अवधि के लिये ही चालू की गई हैं और कुछ समय बाद केवल हायर सैकेन्ड्री एवं त्रिवर्षीय कक्षायें ही रह जायेंगी। सम्भवत इस अल्पकालीन महत्व के कारण ही प्री-यूनीवर्सिटी कक्षाओं के लिये उपयुक्त पुस्तकों का अभाव सा प्रतीत होता है। उदाहरण के लिये, बिजनेस मैथड्स विषय पर मैंने जितनी भी पुस्तकें देखी हैं वे या तो दसवीं कक्षा या हायर सैकेन्ड्री तक के विद्यार्थियों के लिये लिखी गई हैं अथवा कुछ बी॰ कॉम॰ के विद्यार्थियों के लिये। अतएव प्रथम श्रेणी की पुस्तकें तो निम्नस्तरीय एव द्वितीय श्रेणी की उच्चस्तरीय हैं। प्रस्तुत पुस्तक में इस अभाव की पूर्ति करने का प्रयास किया गया है और ऐसी चेष्टा की गई है कि प्री-यूनीवर्सिटी के विद्यार्थियों को एक प्रामाणिक पुस्तक मिल सके। इस पुस्तक के कुछ प्रमुख आकर्षण निम्न-लिखित हैं —

विशेष आकर्षण

(१) यह पुस्तक मूलत राजस्थान विश्वविद्यालय की प्री-यूनीवर्सिटी वाणिज्य कक्षाओं के लिये निर्धारित पाठ्यक्रमानुसार लिखी गई है। पुस्तक के प्रारम्भ में सम्बन्धित पाठ्यक्रम भी दे दिया गया है, जिससे विद्यार्थी अपने कोर्स का अनुमान लगा सकें।

(२) पुस्तक की भाषा को सरल एव सुबोध बनाने के लिये तथा धारा प्रवाह स्थापित रखने के उद्देश्य से साधारण बोलचाल के शब्दों का ही प्रयोग किया गया है एव उनके अंग्रेजी पर्यायवाची शब्द हिन्दी शब्दों के साथ में कोष्ठक में दिये गये हैं, जिससे विद्यार्थियों को विषय का अध्ययन करने में कठिनाई न हो।

(३) सम्पूर्ण पुस्तक को निम्नलिखित ८ उप-पुस्तिकाओं में विभक्त किया गया है —

प्रथम पुस्तिका—विषय-प्रवेश
द्वितीय पुस्तिका—देशी व्यापार
तृतीय पुस्तिका—विदेशी व्यापार
चतुर्थ पुस्तिका—विनिमय साध्य लेखपत्र
पंचम पुस्तिका—व्यापारिक पत्र-व्यवहार
छठी पुस्तिका—Business Correspondence
सप्तम पुस्तिका—बाजार समाचार
अष्टम पुस्तिका—Market Reports ।

(४) जैसा कि पुस्तक की उपर्युक्त योजना से प्रगट होता है, विश्वविद्यालय के निर्धारित पाठ्यक्रम के अनुसार व्यापारिक पत्र-व्यवहार (अ) हिन्दी और (ब) अंग्रेजी दोनों ही भाषाओं में दिया गया है। इसी प्रकार बाजार समाचार से सम्बन्धित सामग्री भी पृथक-पृथक अध्यायों में पहले हिन्दी और बाद में अंग्रेजी में दी गई है।

(५) प्रत्येक अध्याय के अन्त में अभ्यास के प्रश्न दिये गये हैं। इनसे विद्यार्थी पूछे जाने वाले प्रश्नों का अनुमान लगा सके।

(६) पुस्तक के अन्त में दिये हुये परिशिष्ट में राजस्थान विश्वविद्यालय की प्री-यूनीवर्सिटी कक्षा के प्रश्न-पत्र दिये गये हैं।

आभार प्रदर्शन

इस पुस्तक की रचना में अनेक पत्र-पत्रिकाओं, प्रमाणिक पुस्तकों आदि से सहायता ली गई है, जिनके लेखकों और प्रकाशकों के प्रति कृतज्ञता प्रगट करना मैं अपना कर्त्तव्य समझता हूँ। कुमारी मधुबाला के प्रति भी मैं अत्यन्त आभारी हूँ, जिसने लेखनकार्य में सहयोग देकर मेरे भार को बहुत कुछ हल्का कर दिया। आशा है कि प्री-यूनीवर्सिटी के विद्यार्थी मेरे इस प्रयास से लाभान्वित होंगे।

आनन्द निवास
जेकब परेड, ग्वालियर
जुलाई, १९६१

एस० सी० सक्सेना

SYLLABI

UNIVERSITY OF RAJASTHAN

PRE-UNIVERSITY EXAMINATION

BUSINESS METHOD

Section A

1 Home Trade—course of a home trade transaction Preparation of Invoice Debit and Credit Notes Statements of Accounts and Accounts Sales

2 Foreign trade, procedure of importing and exporting goods and preparation of export invoices

3. Negotiable Instruments, Cheques, Bills of Exchange, Promissory Notes and Hundies

Section B

Simple Business Correspondence and Market Reports in English and Hindi

Note Both English and Hindi sections will contain questions on Correspondence as well as on Market Reports

विषय-सूची

छठी पुस्तिका-बिजनेस ड्राफ्टिंग

सप्तम पुस्तिका-बाजार समाचार

अष्टम पुस्तिका-मार्केट रिपोर्टस्

१.

व्यावसायिक शिक्षा का अर्थ, क्षेत्र एवं महत्व
(Meaning, Scope & Importance of Business Training)

प्रारम्भिक

'व्यावसायिक शिक्षा' (Business Training) का अध्ययन करने के पूर्व यह जानना आवश्यक हो जाता है कि 'व्यावसायिक शिक्षा' का अर्थ क्या है ? 'व्यावसायिक शिक्षा' वाक्यांश का पृथक्करण करने से यह स्पष्ट हो जाता है कि यह दो शब्दों से मिलकर बना है—(१) 'व्यावसायिक' (Bussiness), और (२) शिक्षा (Training)। अतः इन दोनों शब्दों का पृथक्-पृथक् अर्थ समझने से व्यावसायिक शिक्षा का अर्थ भली प्रकार समझा जा सकता है।

'व्यावसायिक' से आशय

'व्यावसायिक' शब्द 'व्यवसाय' (Bussiness) से बना है। साधारणत 'व्यवसाय' शब्द से हमारा आशय उन समस्त मानवीय क्रियाओं से होता है जो कि धनोत्पत्ति के लिए की गई हों। उदाहरण के लिये, गाँवों मे किसानों द्वारा हल का चलाना, महिलाओं द्वारा दूध-दही तथा घी तैयार करना एवं नगरों मे थोक तथा फेरीज विक्रेताओं द्वारा माल का बेचना, उद्योगपतियों द्वारा विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का निर्माण करना, चिकित्सक द्वारा किसी रोगी का इलाज करना, वकील द्वारा केस का तैयार करना, इत्यादि क्रियायें विभिन्न नर-नारियों के 'व्यवसाय' ही तो हैं। किन्तु यह 'व्यवसाय' का व्यापक अर्थ है। सच बात तो यह है कि 'व्यवसाय' एक बहुत सोचपूर्ण शब्द है। अति विस्तृत अर्थ मे, इसके अन्तर्गत उन समस्त क्रियाओं का समावेश किया जाता है, जिनका सम्बन्ध मानव एवं मशीन द्वारा पृथ्वी के गर्भ से विभिन्न वस्तुओं को निकालने, रूपान्तरित करने, एक स्थान से दूसरे स्थान को ले जाने और अन्त मे उनको उपभोक्ता के हाथों में दे देने से है।

श्री हैने (Haney) के शब्दों मे—"व्यावसायिक क्रिया से आशय उस मानवीय क्रिया से है, जो कि वस्तुओं के क्रय-विक्रय द्वारा सम्पत्ति उत्पन्न करने अथवा उसके प्राप्त करने से सम्बन्ध रखती है।" संकुचित अर्थ मे जो हमारे लिये अधिक मान्य है, 'व्यवसाय' के अन्तर्गत केवल निम्न तीन बातों का ही समावेश किया जाता है :—

(१) व्यापार—'व्यापार' (Trade) शब्द से आशय वस्तुओं के क्रय-विक्रय से होता है। उदाहरण के लिये, यदि राजीव १६ रु० प्रति मन की दर से ४ मन गेहूँ खरीद कर १८ रु० प्रति मन की दर से बेच दे, तो इस व्यवसाय को हम 'व्यापार' कहेंगे।

(२) वाणिज्य—'वाणिज्य' (Commerce) शब्द का अर्थ 'व्यापार की अपेक्षा अधिक विस्तृत है। 'वाणिज्य' के अन्तर्गत हम केवल क्रय-विक्रय हो नहीं वरन् व्यापार के अन्य सहायक अथवा उन साधनों का भी समावेश करते हैं जो कि व्यापार की प्रगति मे सहायक होते हैं, जैसे यातायात एव संदेशवाहन के साधन, बैंक, बीमा कम्पनियाँ, अर्थ-निगम, डाक-व्यवस्था, स्कन्ध एव उपज विपणि विज्ञापन एव विक्रय-कला, इत्यादि। वाणिज्यिक सेवाये अपने विस्तृत सगठन द्वारा वस्तुओ को उत्पादन केन्द्रों मे उपभोग के केन्द्रों तक पहुँचाती हैं। इन सेवाओ द्वारा उपभोक्ताओ को इच्छित वस्तुयें, जब और जहाँ वे चाहे, प्राप्त हो जाती हैं। सक्षेप मे, वाणिज्यिक सेवायें 'समय उपयोगिता' (Time Utility) 'स्थान उपयोगिता' (Place Utility) और 'अधिकार उपयोगिता' (Possession Utility) प्रदान करके वस्तुओ को उपभोक्ताओ के लिए अधिक उपयोगी बना देती हैं।

> सकुचित अर्थ मे व्यवसाय मे सम्मिलित हैं :—
> (१) व्यापार।
> (२) वाणिज्य।
> (३) उद्योग।

(३) उद्योग—'उद्योग (Industry) शब्द से अभिप्राय माल के उत्पादन से है। अर्थशास्त्र की भाषा मे 'उद्योग' शब्द से हमारा आशय प्राकृतिक प्रसाधनो मे उपयोगिता-वृद्धि से है, क्योंकि मनुष्य किसी भौतिक पदार्थ का निर्माण नहीं कर सकता और न वह उसे नष्ट ही कर सकता है। यह कार्य तो परमपिता परमात्मा का है। मनुष्य तो केवल अपने विवेक के अनुसार विद्यमान पदार्थों की उपयोगिता मे वृद्धि कर सकता है और इसी को हम 'उद्योग' कहते हैं। दूसरे शब्दों मे, अनिर्मित पदार्थ को विक्रय-योग्य दशा मे लाने की क्रिया ही 'उद्योग' कहलाती है। मानवीय आवश्यकताओ की सन्तुष्टि के हेतु उद्योग 'रूप उपयोगिता' (Form Utility) प्रदान करता है। उद्योग चार प्रकार के हो सकते हैं—(i) खाद्य उत्पादन (Genetic), (ii) निष्कर्षण (Extractive), (iii) निर्माणी (Manufacturing), और (iv) रचना (Construction)।

खाद्य-उत्पादन सम्बन्धी उद्योगों से आशय ऐसे उद्योगों का है, जो कि मनुष्य के खाने के लिये आधार-भूत पदार्थ उत्पन्न करते हैं। कृषि-उद्योग इसका उदाहरण है। निष्कर्षण उद्योगों से तात्पर्य उन उद्योगों का है जिनका सम्बन्ध मुख्यतः पृथ्वी, सागर अथवा वायु से विभिन्न प्रकार के उपयोगी पदार्थों को प्राप्त करके उन्हे कच्चे माल अथवा निर्मित माल के रूप मे प्रयोग करने से है। खनिज उद्योग, जंगल काटना,

शिकार करना, मछली पकड़ना आदि इनके उदाहरण हैं। **निर्माणी उद्योगों से अभिप्राय ऐसे उद्योगों का है, जिनमे कच्चे माल द्वारा पक्का माल तैयार किया जाता है।** अधिकतर उद्योग निर्माणी प्रकृति के ही होते हैं। निर्माणी उद्योगों के कुछ प्रमुख उदाहरण ये हैं—सूत से वस्त्र बनाना, पटसन से जूट के थैले बनाना, गन्ने से शक्कर बनाना, लुग्दी से कागज बनाना, लकड़ी से फर्नीचर बनाना इत्यादि। **रचनात्मक उद्योगों की श्रेणी मे निम्न का समावेश किया जा सकता है—सड़कें बनाना, इमारतें बनाना, पुल बनाना, बाँध बनाना, नहरों का निर्माण, इत्यादि।**

व्यावसायिक क्रियाओं के अन्तर्गत केवल वस्तुओं का क्रय-विक्रय अथवा उनका निर्माण ही नहीं आता, वरन् इसके क्षेत्र मे किंचित सेवाओं (Services) का भी समावेश किया जाता है। उदाहरण के लिये, जब कोई व्यक्ति किसी सिनेमा-गृह मे जाता है, तो वहाँ से वह वह किसी वस्तु को खरीद कर नहीं लाता, वरन् मनोरंजन की सेवा प्राप्त करता है। इसी प्रकार जब कोई व्यक्ति जीवन बीमा निगम द्वारा अपना जीवन-बीमा कराता है, तो ऐसी दशा मे उसे कागज के टुकड़े (जिसे इन्श्योरेन्स पॉलिसी कहते हैं) के अलावा कुछ भी नहीं मिलता। परन्तु यदि हम गम्भीरता से विचार करें, तो पता लगेगा कि आकस्मिक मृत्यु या निर्धारित अवधि समाप्त होने पर जीवन बीमा निगम द्वारा जो धन राशि मिलती है, उससे परिवार के शेष सदस्यों की बहुत बड़ी सेवा होती है। इसी प्रकार होटल ठहरने और रहने की सुविधा या सेवा प्रदान करते हैं एवं रेल और वायुयान एक स्थान से दूसरे स्थान को जाने की सेवायें प्रदान करते हैं। अत इस अर्थ में सिनेमा, जीवन बीमा, होटल, यातायात की सेवाओं मे सम्बन्धित क्रियायें भी व्यावसायिक सेवाओं के अन्तर्गत आती हैं।

उपरोक्त विवरण से स्पष्ट है कि व्यापार, उद्योग एवं वाणिज्य के क्षेत्र मे धनोपार्जन से सम्बन्धित क्रियाओं को 'व्यावसायिक क्रियायें (Business Activities) कहते हैं।

'शिक्षा' से आशय

'शिक्षा' (Training) के अन्तर्गत हम किसी कार्य को विधिवत करने की पद्धति का समावेश करते हैं। प्रत्येक कार्य को करने का एक विशेष ढंग होता है। इसी कथन के आधार पर हम यह कह सकते हैं कि व्यावसायिक क्रियाओं (जिनके अन्तर्गत व्यापारिक, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक सभी प्रकार की क्रियायें सम्मिलित हैं) के सम्पादन की भी एक वैज्ञानिक पद्धति होती है और यदि उस पद्धति के आधार पर ही अमुक कार्य किया जाय, तो अधिकतम कार्यक्षमता एवं श्रेष्ठतम परिणाम प्राप्त किये जा सकते हैं, अन्यथा सम्भव है कि व्यावसायिक क्रिया लाभप्रद न हो। प्राचीन समय मे व्यावसायिक क्रियाओं के सम्पादन के हेतु किसी विशेष शिक्षा, सावधानी अथवा प्रणाली की आवश्यकता नहीं होती थी। जो भी चाहता, दुकान खोल कर बैठ जाता और किसी न किसी ढंग से माल बेचकर जीविका कमाने लगता था। किन्तु शनै शनै,

ज्ञान-विज्ञान की प्रगति से मनुष्य ने व्यावसायिक क्रियाओं के सम्पादन की नवीन पद्धतियाँ निकाली।

'व्यावसायिक शिक्षा' से आशय

अतः 'व्यावसायिक शिक्षा' से हमारा आशय उस शिक्षा से है, जिसके अनुसार कुशलतम एवं श्रेष्ठतम ढंग से व्यापारिक, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक क्रियायें सम्पादित की जा सकती हैं। माल कैसे खरीदा जाय, उसे किस चतुराई से बेचा जाय, व्यापारिक पत्र कैसे लिखे जायें, व्यापारिक कार्यालय का प्रबन्ध कैसे किया जाय, वस्तुओं के आयात एवं निर्यात में किन बातों का ध्यान रखा जाय, आदि बातों की जानकारी 'व्यावसायिक शिक्षा' के अन्तर्गत आती है। आजकल व्यापार के प्रत्येक क्षेत्र में वैज्ञानिक साधन अपनाये जा रहे हैं। उदाहरण के लिये, विक्रय वृद्धि के विभिन्न साधनों में वैज्ञानिक विक्रय कला (Scientific Salesmanship) ने सबसे अधिक उन्नति की है। अन्य पाश्चात्य देशों की अपेक्षा भारत में विक्रय-कला का बहुत कम विकास हुआ है। इस दृष्टि से आज अमेरिका विश्व में अग्रणी है। वहाँ एक लोकोक्ति प्रसिद्ध है—"ग्राहक को आकर्षित करने के लिये केवल १ मिनट चाहिए और माल को बेचने के लिए दो मिनट।" यदि कोई व्यापारी ऐसा नहीं कर सकता, तो उसकी 'शिक्षा' दोषपूर्ण कही जायेगी।

वर्तमान युग विज्ञान, टेक्नोलॉजी एवं प्रतिस्पर्धा का युग है। इस युग में जो व्यवसायी सर्वश्रेष्ठ पद्धति अपनाता है और मौलिक तथा नवीन साधनों का प्रयोग में लाता है, सफलता उसका पद-चुम्बन करने के लिए तत्पर रहती है। थोड़े ही समय में वह व्यापारिक जगत का सम्राट अथवा नेता बन सकता है। इसके विपरीत जो व्यापारी लकीर का फकीर होता है, और प्राचीन एवं परम्परागत जीर्ण-शीर्ण व्यावसायिक पद्धतियों का अनुकरण करता है वह नुकसान उठाता है और उसे सफलता मिलना कठिन हो जाता है।

व्यावसायिक शिक्षा का क्षेत्र

व्यावसायिक शिक्षा का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है। इस विषय के अन्तर्गत उन विभिन्न वैज्ञानिक पद्धतियों के अध्ययन का समावेश किया जाता है, जिनका अनुकरण करने से एक व्यवसायी अधिक श्रेष्ठता एवं कार्यक्षमता के साथ अपना कार्य करने में समर्थ हो सकता है। जैसा कि हम ऊपर संकेत कर चुके हैं, आज ऐसी अनेक संस्थायें व पद्धतियाँ विद्यमान हैं, जो व्यावसायिक क्रियाओं को बहुत सुगम बना देती हैं, जैसे बैंक, बीमा कम्पनियाँ, डाक व तार घर, यातायात एवं सन्देशवाहन के साधन, श्रम बचत के साधन, व्यापारिक प्रतिनिधि आदि। इनको हम 'व्यवसाय के यन्त्र' (Business Machinery) कह सकते हैं। जिस प्रकार सिलाई के कार्य सीने की मशीन का प्रयोग करने से अधिक और अच्छे हो सकते हैं, उसी प्रकार उक्त व्यावसायिक यन्त्र, व्यावसायिक क्रियाओं के सुगम व कुशल सम्पादन में योग प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए

डाक व तार विभाग द्वारा हम अपने समाचार दूर-दूर तक भेज सकते हैं और मँगा सकते हैं और इस प्रकार विदेशी क्रेताओ एव विक्रेताओ से आसानी से सौदे कर सकते हैं। रेल, मोटर, वायुयान आदि ने वस्तुओं का एक स्थान से दूसरे स्थान को सस्ते व्यय पर और कम समय मे मँगाना और भेजना सम्भव कर दिया है, बैंको ने व्यापारियो को व्यापारिक कार्यों के लिए आवश्यक पूँजी की चिन्ता से मुक्त कर दिया है। वे व्यापारियो की ओर से भुगतान लेते और देते हैं। अतः स्पष्ट है कि इन विभिन्न सस्थाओ को उचित रूप से 'व्यवसाय का यत्र' कहा जा सकता है।

व्यावसायिक यत्रों के विभिन्न अंगों मे बहुत घनिष्ट पारस्परिक सम्बन्ध होता है। सामान खरीदने और बेचने के कार्य मे व्यापारियो को माल की ढुलाई के लिए यातायात की सहायता लेनी पडती है, वह पूँजी प्राप्त करने मे और व्यापार सचालन के लिए समय-समय पर रुपया उधार लेने के हेतु बैंक का सहारा लेता है। व्यापारी को किसी न किसी प्रकार की हानि की भी आशका बनी रहती है। अतः व्यावसायिक जोखिमो (Business Risks) से बचने के लिए उसे बीमा कराना पडता है। वास्तव मे व्यावसायिक यत्रो के विभिन्न अगो मे इतना घनिष्ठ सम्बन्ध है कि उनमे से किसी एक की उन्नति अथवा अवनति का दूसरे अगो पर समान प्रभाव पडता है।

व्यावसायिक शिक्षा के अध्ययन का महत्व

वर्तमान युग मे व्यावसायिक शिक्षा के अध्ययन के महत्व के विषय में जो कुछ भी कहा जाय कम ही होगा। आज व्यापार एव वाणिज्य के क्षेत्र मे अनेक क्रान्तिकारी परिवर्तन हो रहे हैं। व्यावसायिक क्रियायें दिन प्रतिदिन विषम होती जारही हैं। आज वाणिज्य की इतनी अधिक शाखायें हो गई है और उनका कार्य इतना अधिक विस्तृत हो गया है कि वर्तमान व्यावसायिक पद्धति एवं उससे सम्बन्धित यन्त्रो की 'शिक्षा' प्राप्त किए बिना व्यापार मे पदार्पण करना निराशाजनक प्रमाणित हो सकता है। यदि कोई व्यापारी यह चाहे कि व्यापार प्रारम्भ करने के बाद वह अनुभव के आधार पर व्यावहारिक ज्ञान प्राप्त कर लेगा, तो यह रीति विवेकपूर्ण नही कही जा सकती। **अत यदि कोई व्यापारी असाधारण सफलता प्राप्त करना चाहता है, तो यह नितान्त आवश्यक है कि वह 'आधुनिक व्यावसायिक शिक्षा' (Modern Business Training) के मूल सिद्धान्तों से भली प्रकार परिचित हो।**

प्राय सभी पाश्चात्य देशो मे बालको को प्रारम्भ से ही व्यावसायिक शिक्षा की ओर आकर्षित किया जाता है। वे वाणिज्य की प्रत्येक शाखा मे निपुण होने के बाद ही व्यापार मे पदार्पण करते हैं। फिर हमारे देश के बालक भी क्यो किसी देश से पीछे रहें? क्यो न वे 'व्यावसायिक शिक्षा' प्राप्त करके अपने देश को समृद्ध बनाने मे सहायक हो? आज भारतीय व्यवसायियो मे से लगभग ७०% व्यक्ति वैज्ञानिक व्यावसायिक पद्धतियो से अनभिज्ञ हैं। अत. हमारे देश मे व्यावसायिक शिक्षा का बहुत अधिक महत्व है।

भारतवर्ष एक अर्द्ध-विकसित देश है और अविकसित प्रबन्ध के द्वारा इसकी प्रगति नहीं की जा सकती। वर्तमान काल हमारे देश के लिए योजना, पुनर्निर्माण एवं विकास का काल है। आजकल देश की चहुँमुखी समृद्धि के लिए तरह-तरह की योजनायें बनाई जारही है तथा उनको कार्यान्वित भी किया जारहा है। देश की औद्योगिक प्रगति के लिए अनेक वृहत्, लघु स्तरीय तथा कुटीर-उद्योग स्थापित किये जारहे हैं। तृतीय पंचवर्षीय योजना के अन्तर्गत राजकीय क्षेत्र में अनेक उद्योग स्थापित करने के प्रस्ताव हैं। व्यापार, वाणिज्य एवं उद्योग की समृद्धि तथा उनकी वैज्ञानिक प्रगति के लिए यह नितान्त आवश्यक है कि हम व्यावसायिक 'शिक्षा' का आश्रय लें। बिना व्यावसायिक क्रियाओं के सुचारु संगठन के 'नियोजित औद्योगिक विकास' की कल्पना करना चन्द्रमा को पृथ्वी पर लाने के समान असम्भव है। यही कारण है कि प्रो० यूनीवर्सिटी कक्षाओं में अनिवार्य रूप से इसका अध्ययन कराया जाता है।

Standard Questions

(1) Carefully differentiate between 'Trade,' 'Commerce' and 'Industry Give suitable examples of each

(2) Define the term 'Business Training' Briefly discuss its scope

(3) Discuss carefully the importance of the study of 'Business Training under the present conditions of the country ?

२.

व्यवसाय की स्थापना
(Establishment of Business)

प्रारम्भिक—व्यवसाय सचमुच एक कला है, अत इस क्षेत्र मे प्रवेश करने वाला व्यक्ति भी 'कलाकार' ही होना चाहिये। किसी नये व्यवसाय को प्रारम्भ करना कोई साधारण बात नही है। व्यावसायिक क्षेत्र मे प्रवेश करने वाले व्यक्ति को अनेक समस्याओ का सामना करना पडता है। इन समस्याओ को हम दो वर्गों मे विभाजित कर सकते हैं:—

(I) व्यवसाय प्रारम्भ करने से पूर्व की समस्यायें

व्यवसाय के क्षेत्र मे प्रवेश करने वाले व्यक्ति को निम्नलिखित समस्याओ पर विचार करना चाहिये —

(१) व्यापार का चुनाव—व्यापार मे प्रवेश करने वाले व्यक्ति को सबसे पहले इस बात का निर्णय करना चाहिये कि वह किस प्रकार का व्यापार प्रारम्भ करे। इस सम्बन्ध मे उसे निम्न ४ बातो पर ध्यान देना चाहिये .—

(अ) व्यक्तिगत रुचि—व्यापार की प्रकृति का निर्णय करते समय उसे 'व्यक्तिगत रुचि' (Personal Taste) पर विशेष ध्यान देना चाहिये। 'व्यक्तिगत रुचि' से हमारा आशय यह है कि जिस काम के करने मे हमे स्वाभाविक रुचि हो वही काम करना चाहिये, क्योकि अरुचि के साथ काम करने से न तो स्वय को ही सुख व शान्ति मिलेगी और न कार्य का फल ही अधिक सतोषजनक होगा। इस सम्बन्ध मे विश्वविख्यात उद्योगपति हेनरी फोर्ड का उदाहरण विशेष रूप से उल्लेखनीय है।

> **व्यावसायिक समस्याओ के २ वर्ग**
>
> (I) व्यवसाय प्रारम्भ करने से पूर्व की समस्याएँ।
>
> (II) व्यवसाय प्रारम्भ करने के बाद की समस्याएँ।

हेनरी फोर्ड के पिता खेती करते थे किन्तु उसे कृषि-कार्य मे लेश मात्र भी

रुचि नहीं थी। हैनरी फोर्ड ने अपनी रुचि से मोटर का उद्योग प्रारम्भ किया और इस व्यवसाय में उसे जो सफलता मिली है उससे आज विश्व भली प्रकार परिचित है। यदि वह अपना पैतृक व्यवसाय ही करता तो सम्भवतः उसे सफलता नहीं मिलती और न वह इतना धनी ही हो पाता। इस सम्बन्ध में हमें यह नहीं भूलना चाहिये कि अपनी रुचि के व्यवसाय में धोखा भी हो सकता है। कभी-कभी ऐसा होता है कि किसी कार्य की ऊपरी शोभा से मोहित होकर हम उसे करने लगते हैं किन्तु बाद में पछताते हैं। इसके विपरीत, यह भी सम्भव है कि अज्ञानता के कारण किसी कार्य में हमारी अरुचि हो। ऐसा भी देखा गया है कि एक व्यक्ति अरुचि का कार्य प्रारम्भ करता है परन्तु धीरे-धीरे वह उसको समझने लगता है तथा कुछ समय बाद उसमें उसकी रुचि पैदा हो जाती है।

व्यापार की स्थापना में विचारणीय तत्व

१ व्यापार का चुनाव :
- (अ) व्यक्तिगत रुचि।
- (ब) योग्यता।
- (स) उपलब्ध क्षेत्र।
- (द) पूँजी की मात्रा।

२ प्रारम्भिक अनुसन्धान या प्रवर्तन।

३ व्यावसायिक संगठन का स्वरूप :
- (अ) एकाकी व्यापार।
- (ब) साझेदारी का व्यापार।
- (स) कम्पनी का व्यापार।
- (द) सहकारी व्यापार।

४. व्यवसाय प्रारम्भ करने की आज्ञा लेना।

५ पूँजी का एकत्रीकरण।

६ व्यवसाय का स्थान
- (अ) कच्चे माल की सुलभता।
- (आ) सस्ती शक्ति की सुलभता।
- (इ) सस्ता व कुशल श्रम।
- (ई) यातायात एवं संदेशवाहन की सुविधाएँ।
- (उ) अनुकूल जलवायु।
- (ऊ) अधिक माँग।

७ कर्मचारियों का चुनाव।

८ कार्यालय की सामग्री।

९. राजकीय नीति।

(ब) योग्यता—व्यक्तिगत रुचि के बाद दूसरा घटक है योग्यता (Capability)। बिना व्यावसायिक योग्यता के हम किसी भी कार्य को सफलतापूर्वक नहीं कर सकते। योग्यता पैतृक हो सकती है अथवा अनुभव एवं शिक्षा से भी इसे प्राप्त किया जा सकता है। पैतृक योग्यता पर तो हमारा कोई वश नहीं होता। अनुभव धीरे-धीरे प्राप्त होता है। हाँ, शिक्षा अवश्य योग्यता प्राप्त करने का एक उचित साधन है।

(स) उपलब्ध क्षेत्र—व्यापार के चुनाव के सम्बन्ध में निर्णय करते समय व्यक्तिगत रुचि और योग्यता के अतिरिक्त उपलब्ध क्षेत्र (Scope of Business) का भी ध्यान रखना चाहिये। कुछ व्यापारिक क्षेत्रों में बड़ी तीखी प्रतियोगिता रहती है। अतः वहाँ नये व्यापारी के लिये पैर टिकाना बड़े साहस का काम होता है। इसलिये व्यापार में प्रवेश करने वाले व्यक्ति को ऐसा व्यापार चुनना चाहिये, जिसमें कम से

कम प्रतियोगिता हो तथा जिसमे माँग की पूरी पूर्ति नही हुई हो, अथवा जहाँ माँग तेजी से बढ रही हो।

(द) पूँजी की मात्रा—व्यापार का चुनाव करते हुए हमे अपनी 'पर्स' (Personal financial resources) का भी ध्यान रखना चाहिये। बिना साधन के हम कोई व्यापार नही कर सकते और हमे कौनसा व्यापार चुनना चाहिये, इस प्रश्न के उत्तर मे हमारे साधन महत्वपूर्ण प्रभाव डालते हैं। 'साधन' मे हमारा आशय 'पूँजी' का है, क्योंकि प्राय सभी व्यावसायिक आवश्यकताओ को पूँजी के द्वारा प्राप्त किया जा सकता है। "तेते पाँव पसारिये, जेती लाम्बी सौर"—इस लोकोक्ति के आधार पर हमे ऐसे व्यापार मे ही हाथ डालना चाहिये, जिसका आर्थिक बोझ उठाने की हममे क्षमता हो।

(२) प्रारम्भिक अनुसन्धान—व्यवसाय की प्रकृति का निर्धारण करने के बाद प्रवेशकर्त्ता को कुछ प्रारम्भिक अनुसधान करना चाहिये। प्रारम्भिक अनुसधान मे हमारा आशय 'व्यापार सम्बन्धी सुविधाओ तथा सुअवसरो की खोज' करने से है। उसे यह देखना चाहिए कि उस अमुक व्यवसाय के क्षेत्र मे विषम प्रतिस्पर्धा तो नही है और यदि है तो क्या वह उसका सामना सफलतापूर्वक कर सकेगा? व्यापार का क्षेत्र आँक कर, उसके लिये आवश्यक सामग्री कहाँ उपलब्ध होगी? पूँजी का कलेवर क्या होगा? प्रबन्ध एव सचालन की क्या व्यवस्था होगी? आदि विषयो से सम्बन्धित एक पूर्व निश्चित योजना बना लेनी चाहिए। किसी कम्पनी निर्माण मे इसी योजनाकरण को 'प्रवर्तन' (Promotion) की सज्ञा देते हैं।

(३) व्यावसायिक संगठन का स्वरूप—व्यवसाय का चुनाव करने के बाद उसके सगठन का स्वरूप निश्चित करना चाहिये। व्यावसायिक सस्थायें मुख्यत ४ प्रकार की हो सकती है—(अ) एकाकी व्यापार, (ब) साझेदारी का व्यापार, (स) कम्पनी का व्यापार, और (द) सरकारी व्यापार।

(अ) एकाकी व्यापार—एकाकी व्यापार मे व्यापार का समस्त उत्तरदायित्व एक व्यक्ति के ही कन्धे पर होता है। असफल होने की दशा मे व्यापार का सारा जोखिम भी उसे ही झेलना पड़ता है। एकाकी व्यापारी स्वय ही व्यापार का स्वामी और उसका प्रबन्धक भी होता है। एकल स्वामित्व की दशा मे एक ही व्यक्ति समस्त लाभ का अधिकारी होता है। अत यह भावना कि सारा लाभ उसकी ही जेब मे जायगा, बडी प्रेरणा करती है। एकाकी व्यापार के गुण-दोषों के विवेचन से यह स्पष्ट हो जायगा कि व्यापार का यह स्वरूप उन व्यवसायो के लिये ही सर्वश्रेष्ठ है —(i) जो छोटे हैं, (ii) जिनमे कम पूँजी व कम योग्यता की आवश्यकता पड़ती है, (iii) जिनमे व्यक्तिगत देख-रेख महत्वपूर्ण होती है और (iv) जिनमे उत्तरदायित्व अधिक नही होता।

(ब) साझेदारी व्यापार—साझेदारी की दशा मे दो अथवा दो से अधिक व्यक्तियों को एक अनुबन्ध करना पड़ता है। यद्यपि साझेदारी की स्थापना बड़ी

सरलता से की जा सकती है, परन्तु विश्वासपात्र साझेदार सरलता से नही मिलता। हाँ, इसमें व्यापार के लिये विभिन्न प्रकार की योग्यताओं का लाभ अवश्य मिल जाता है। व्यवसाय की आर्थिक सामर्थ्य भी बढ जाती है। परन्तु उत्तरदायित्व के असीमित होने के कारण प्रत्येक साझेदार के लिये बडी जोखिम रहती है। साझेदारी ऐसे कार्यों के लिये अधिक उपयुक्त है, जिनमें जोखिम अधिक है और साथ ही अधिक लाभ होने की सभावना है।

(स) कम्पनी व्यापार—कम्पनी की दशा मे बहुत अधिक मात्रा मे पूँजी एकत्रित की जा सकती है। कम्पनियों का अस्तित्व भी स्थाई होता है। इसमें अशधारियों का दायित्व सीमित होता है। प्रबन्ध एव सचालन का कार्य अशधारियो के प्रतिनिधि, जिन्हें 'सचालक' (Director) कहते हैं, द्वारा होता है। परन्तु व्यावसायिक सगठन के इस स्वरूप म सबसे बडा दोष यह है कि एक कम्पनी के निर्माण के लिए अनेक वैधानिक कार्यवाहियाँ करनी पडती हैं। दूसरे इसमे प्रबन्ध एव सचालन व्यवस्था का भी केन्द्रीयकरण हो जाता है। हाँ, यदि बडी मात्रा में वस्तुओं का उत्पादन करना हो, तो व्यावसायिक सगठन के इस स्वरूप को श्रेष्ठ कहा जा सकता है।

(द) सहकारी व्यापार—इसमें कम से कम १० व्यक्ति मिलकर कार्य करते हैं। यह व्यवस्था अल्प साधनों वाले व्यक्तियों के लिये उपयोगी है, जिनके समान आर्थिक हित हों। गाँवों मे ऐसी समितियाँ बहुत लोकप्रिय हो रही है।

(४) व्यवसाय प्रारम्भ करने की आज्ञा लेना—वर्तमान युग 'हस्तक्षेप का युग' है। आजकल केवल आर्थिक क्षेत्र मे ही नही, वरन् हमारे उठने-बैठने, खाने-पीने, चलने-फिरने, व्यवसाय निर्धारण करने आदि सभी बातो मे राज्य का कुछ न कुछ हस्तक्षेप है। सुनने में यह बात बडी अटपटी प्रतीत होती है, किन्तु वास्तविक स्थिति ऐसी ही है। जरा सोचिये। हम स्वेच्छा से सडक पर नहीं चल सकते—'बाँये को चल' का नियम ध्यान मे रखना पडता है। यदि सरकार ने मदिरा पान वर्जित कर दिया है तो अपनी इच्छा से शराब नहीं पी सकते हैं। इसी प्रकार, 'औद्योगिक (विकास एवं नियमन) अधिनियम' के अनुसार व्यवसाय खोलने के पूर्व भी सरकार की अनुमति लेनी पडती है एव इसके बाद भी कारखाना अधिनियम, साझेदारी अधिनियम अथवा कम्पनी अधिनियम के आदेशो का पालन करना पडता है। बिना राजकीय लाइसेन्स प्राप्त किये हम मनमाना व्यापार मनमाने स्थान पर नहीं कर सकते। इस सम्बन्ध में यह भी उल्लेखनीय है कि एकाकी व्यापार के निर्माण मे किसी प्रकार की वैधानिक कार्यवाही नही करनी पडती, परन्तु साझेदारी के रजिस्ट्रेशन के लिये अथवा कम्पनी के समामेलन के लिये अनिवार्य रूप से अनेक वैधानिक कार्यवाहियाँ करनी पडती हैं।

(५) पूँजी—तीसरी महत्त्वपूर्ण समस्या पूँजी की है। कोई भी व्यापार पूँजी के बिना प्रारम्भ नहीं किया जा सकता। पूँजी की आवश्यकता निम्न बातो के लिये होती है —(अ) स्थायी सम्पत्तियाँ खरीदने के लिए, जैसे—मशीन, इमारत,

फर्नीचर आदि। इसे स्थायी अथवा अचल पूंजी (Fixed Capital) कहते हैं। (ब) अस्थाई सम्पत्तियाँ खरीदने के लिए, जैसे—कच्चा माल, ईंधन आदि। इसे कार्यशील पूंजी (Floating Working Capital) कहते हैं। यदि कोई व्यक्ति स्वयं धनाढ्य है, तो वह केवल व्यक्तिगत पूंजी से ही व्यवसाय प्रारम्भ कर सकता है, किन्तु यदि **निजी पूंजी अपर्याप्त है तो उसे या तो अपने मित्रों और सम्बन्धियों से पूंजी उधार लेनी पड़ेगी अथवा किसी धनीमानी साझेदार की सहायता से वह व्यवसाय शुरू कर सकता है।** यदि कम्पनी के आधार पर व्यवसाय प्रारम्भ करना है, तो प्रविवरण (Prospectus) प्रकाशित करके जनता से पूंजी एकत्रित करनी पड़ेगी। पूंजी की समस्या के सम्बन्ध मे एक ध्यान देने योग्य बात यह है कि **पूंजी की मात्रा व्यवसाय की आवश्यकताओं के लिए पर्याप्त होनी चाहिए।** पूंजी की मात्रा न तो आवश्यकता से अधिक होनी चाहिये और न आवश्यकता से कम। आवश्यकता से कम पूंजी एकत्र होने पर पर्याप्त मात्रा मे माल व्यवसाय मे नही रखा जा सकता और परिणामस्वरूप अनेक बाधाएं उपस्थित हो सकती हैं। समय पर ऋणदाताओं को भुगतान भी नही किया जा सकता, जिससे व्यवसाय की ख्याति को हानि पहुँचेगी।

(६) **व्यवसाय का स्थान**—व्यवसाय के लिए उपयुक्त स्थान का खोजना भी सचमुच एक कठिन समस्या है। व्यवसाय का भवन ऐसे स्थान पर होना चाहिए जहाँ कम से कम हानियाँ और अधिक से अधिक लाभ हों। **किसी उद्योग-धन्धे को स्थापित करने के लिए वह स्थान सर्वश्रेष्ठ होगा जहाँ**—(अ) कच्चा माल सुलभ हो, (ब) सस्ती शक्ति हो, (स) सस्ता एवं कुशल श्रम हो, (द) यातायात एवं सन्देश-वाहन की सुविधायें हों, (य) अनुकूल जलवायु हो, (र) अधिक माँग हो, आदि। फुटकर दूकानदारों की स्थिति नगर के मध्य में होनी चाहिए, जहाँ कि जनसंख्या का घनत्व अधिक होता है, प्राय ऐसा देखा जाता है कि एक नगर मे भिन्न-भिन्न बाजार विभिन्न वस्तुओं के लिए प्रसिद्ध हो जाते हैं, अत विशिष्ट वस्तु को खरीदने के लिए ग्राहक उस वस्तु के विशिष्ट स्थान पर ही जायगा, अत किसी वस्तु के लिए प्रसिद्ध स्थान पर ही उसका व्यवसाय करने से अधिक लाभ हो सकता है।

(७) **कर्मचारियों का चुनाव**—किसी व्यवसाय को प्रारम्भ करने के लिए कर्मचारी वर्ग का उचित चुनाव भी अत्यन्त महत्व रखता है। यह कार्य बड़ी सावधानी से करना चाहिए। सस्तेपन के विचार से कार्यक्षमता का बलिदान नही करना चाहिए। प्रत्येक कर्मचारी को उसकी योग्यता एवं कार्यक्षमता का ठीक अनुमान लगाकर ही नियुक्त करना चाहिए। जहाँ तक सम्भव हो निष्कपट, ईमानदार, परिश्रमी तथा कुशल व्यक्तियों को ही नियुक्त करना चाहिए। यदि प्रारम्भ मे ही श्रम-विभाजन की योजना बना ली जाय तो अति उत्तम होगा।

(८) **कार्यालय की सामग्री**—प्रत्येक व्यावसायिक भवन मे एक कार्यालय का होना आवश्यक है। पत्र-व्यवहार के लिये राइटिंग पैड, कागज, टाइप राइटर, फाइल, डुप्लीकेटर-तिथि-यन्त्र, फर्नीचर आदि सामग्री व्यवसाय के आकार के अनुसार होनी

चाहिये। ठीक-ठीक हिसाब-किताब रखने के लिये उपयुक्त बहियाँ या रजिस्टर भी होना चाहिए। कार्यालय की कार्य-प्रणाली अत्यन्त सरल हो, जिससे कि कोई भी नवीन कर्मचारी उसे सुविधापूर्वक ग्रहण कर सके।

(६) राजकीय नीति—व्यापार को सुव्यवस्थित करने के लिए तथा उसकी प्रगति में सम्भव बाधाओं का निवारण करने के लिए व्यापार को आरम्भ करने से पूर्व ही प्रवेशकर्ता को सरकार की व्यापार तथा अर्थ-नीति का पूरा-पूरा अध्ययन कर लेना चाहिए। अपने व्यापार को ध्यान में रखते उसको सरकार द्वारा दी जाने वाली सुविधा, नियन्त्रण, प्रतिबन्ध आदि का उचित अध्ययन करना चाहिए और यदि कोई संदिग्ध बात हो तो उसका स्पष्टीकरण कर लेना चाहिए।

व्यापार के विकास मे साझेदार सहायक है अथवा नौकर ?

जब एकाकी व्यापारी का व्यापार बढ़ना है तो ऐसी दशा मे एक समस्या उपस्थित होती है कि वृहत व्यापार को सभालने के लिये वेतन पाने वाले कर्मचारियो की नियुक्ति की जाय अथवा व्यावसायिक सगठन का रूप ही बदल कर अन्य साझेदारों का समावेश करके उसे साझेदारी मे परिणित कर लिया जाय। यहाँ हम दोनो पक्षो के गुण व दोषो की विवेचना करेंगे।

(अ) कार्यकर्त्ताओ की नियुक्ति की दशा मे—यदि बढते हुए व्यापार को सभालने के लिए वेतन पाने वाले कर्मचारियो की नियुक्ति की जाती है तो इससे एक लाभ यह होता है कि एकाकी व्यापारी अपने निर्णय मे पूर्व की भाँति स्वतन्त्र रहता है। जो भी कर्मचारी नियुक्त किये गये हैं वे एकाकी व्यापारी को परामर्श दे सकते हैं, परन्तु उसको मानना अथवा न मानना उसकी स्वेच्छा पर निर्भर करता है। वे अपने स्वामी को अथवा यो कहे कि व्यापार के व्यवस्थापक को अपनी राय के अनुसार कार्य करने के लिये विवश नही कर सकते। दूसरे, बढ़ते हुये व्यापार को सभालने के लिये जिस व्यक्ति विशेष की आवश्यकता हो उसकी नियुक्ति की जा सकती है। उदाहरण के लिये, यदि व्यापार के लिये अधिक विज्ञापन की आवश्यकता तो एक विज्ञापन विशेषज्ञ नियुक्त किया जा सकता है। इसी प्रकार विक्रय को प्रोत्साहन देने के लिये विक्रय-कला-दक्ष विक्रेता की नियुक्ति की जा सकती है। यदि कारखाने मे नई प्रकार की मशीन लगाई गई है तो उसके सचालन के लिये पृथक विशेषज्ञ नियुक्त किया जा सकता है। साझेदार में इन विशेष गुणो का होना अनिवार्य नही है। तीसरे, एकाकी व्यापारी अपने कर्मचारियों पर पूर्ण नियन्त्रण भी रख सकता है। साझेदार भले ही अपने अन्य भागियो की आज्ञा को टाल दे, परन्तु कर्मचारियों के लिये एकाकी व्यापारी की आज्ञाओ का पालन करना सर्वश्रेष्ठ कर्तव्य होता है।

उपर्युक्त गुणों के विपरीत, कार्यकर्त्ताओं की नियुक्ति की दशा मे अनेक दुर्बलतायें भी होती हैं। प्रथम वेतन पाने वाला कर्मचारी कभी भी उस लगन एव अभिरुचि से कार्य नहीं करेगा जैसे कि व्यापार का स्वामी, क्योंकि वह जानता है कि उसके अधिक या कम परिश्रम करने से जो लाभ-हानि होगी उसका उस पर किसी

प्रकार प्रभाव नही पड सकता। उसको तो निश्चित वेतन मिलेगा ही। अत वह उतना ही कार्य करता है जितना उसके सुपुर्द किया जाता है। निश्चित काम के घण्टो के उपरान्त वह कभी भी व्यापार के विषय मे सोचने का कष्ट नही करता। सक्षेप मे, एक कर्मचारी का व्यापार मे व्यक्तिगत स्वार्थ नही होता। दूसरे, जहां तक उत्तरदायित्व का प्रश्न है, एक कर्मचारी का उत्तरदायित्व उसके निर्धारित काल एव नियत कार्य तक ही सीमित रहता है और उसके लिए वह एक निश्चित सीमा तक अपने स्वामी के प्रति उत्तरदायी होता है। साझेदार की भांति एक कर्मचारी का दायित्व 'व्यक्तिगत एव सामूहिक' नही होता। तीसरे, यदि व्यापार के विकास के साथ-साथ अधिक पूंजी की आवश्यकता होती है तो इस समस्या के हल मे भी कर्मचारी सहयोग नही दे सकते। यदि वे व्यापार को ऋण देते भी हैं तो उस पर एक निश्चित दर से व्याज देना अनिवार्य होना है, परन्तु साझेदार को लगाई गई पूंजी पर केवल लाभ ही दिया जाता है और हानि की दशा मे उसको भी नुकसान सहन करना पडता है। चौथे, कर्मचारियो की नियुक्ति से व्यापार का अतिरिक्त व्यय भी बढ जाता है। व्यापार मे लाभ हो या न हो, कर्मचारियो को वेतन अवश्य देना पडेगा।

(ब) साझेदार लेने की दशा मे—यदि बढते हुए व्यापार को संभालने के लिए नये साझेदार का सहयोग लिया जाय, तो इससे निम्न लाभ होगे —

(१) कर्मचारियो की अपेक्षा साझेदार पूर्ण लगन एवं अभिरुचि से कार्य करेगा। उसके मस्तिष्क मे २४ घण्टे यही भावना रहेगी कि किसी प्रकार व्यापार का विकास हो, क्योकि व्यापार के उत्तरोत्तर विकास मे ही उसका लाभ निहित है। साझेदार जानता है कि यदि वह व्यापार मे पूर्ण रुचि से कार्य नही करेगा तो हानि होने की दशा मे उसकी लगाई हुई पूंजी के साथ-साथ उसकी व्यक्तिगत सम्पत्ति पर भी आक्षेप आ सकता है, क्योकि साझेदारी मे उत्तरदायित्व असीमित होता है।

(२) साझेदार का उत्तरदायित्व व्यक्तिगत एवं सामूहिक दोनो ही होता है। एक साझेदार केवल व्यापार के लिए एक दूसरे के प्रति उत्तरदायी नही रहते, वरन् समस्त साहूकारो तथा ग्राहकों के प्रति भी उत्तरदायी होते हैं।

(३) यदि बढते हुए व्यापार के लिए अधिक पूंजी की आवश्यकता पडती है तो साझेदार के प्रवेश द्वारा वह प्राप्त की जा सकती है और उस पर व्याज देना भी अनिवार्य नहीं होता।

(४) साझेदार के प्रवेश से व्यापार का अतिरिक्त व्यय भी नही बढता, वरन् सुख-दुख का एक साथी मिल जाता है।

(५) साझेदार समय पर उचित परामर्श भी दे सकता है।

इनके विपरीत साझेदार लेने की दशा मे कुछ दोष भी हैं —

(१) एक कर्मचारी की भांति एकाकी व्यापारी साझेदार से अपनी आज्ञाओ का अक्षरश पालन नही करा सकता।

(२) साझेदार द्वारा दिए हुए परामर्श को उसे मान्यता देनी होगी। कर्मचारियों की राय की भाँति एकाकी व्यापारी उसे ठुकरा नहीं सकता।

मतभेद की दशा में साझेदार को व्यापार से हटाना असम्भव सा हो जाता है। जब साझेदार हटता है तो वैधानिक रूप में व्यापार का ही अन्त हो जाता है, किंतु कर्मचारी को किसी भी समय नोटिस देकर हटाया जा सकता है और व्यापार के अस्तित्व पर इसका कुछ भी प्रभाव नहीं पड़ता।

उपर्युक्त विवेचन से यह स्पष्ट है कि व्यापार के बढ़ने की दशा में कर्मचारियों की नियुक्ति की अपेक्षा साझेदार को रखना ही अधिक श्रेष्ठ होगा। हाँ, यह अवश्य है कि ऐसा करने से एकाकी व्यापार के स्वरूप का अन्त हो जायगा और वह साझेदारी में परिणत हो जायेगा।

(II) व्यवसाय प्रारम्भ करने के बाद की समस्यायें
या
व्यावसायिक सफलता के मूल तत्व

अब प्रश्न यह है कि किसी व्यवसाय की सफलता किन बातों पर निर्भर करती है? कुशल संगठन होने पर भी प्राय अनेक व्यवसाय नहीं पनपते। प्रतिदिन ऐसे अनेक उदाहरण मिलते हैं कि कुछ व्यक्तियों के समूह ने अमुक व्यवसाय प्रारम्भ किया, किन्तु कुछ समय बाद उनको अपना व्यवसाय बन्द कर देना पड़ा। ऐसा क्यों होता है? व्यवसाय प्रारम्भ करने वाले व्यक्तियों में ऐसी कौन-सी विशेषताओं का होना आवश्यक है, जिनके द्वारा उन्हें सफलता मिले एवं उनका व्यवसाय भी निरन्तर प्रगति करे? यह प्रश्न इतना सरल नहीं कि सधे-चुने शब्दों में इसका उत्तर दिया जा सके। व्यवसाय में इस प्रकार के नियम बनाना प्राय असम्भव ही है जिनके द्वारा प्रत्येक मनुष्य व्यवसाय में सफलता प्राप्त कर ले, किन्तु कुछ ऐसे गुण अवश्य हैं जिनका व्यापार में सफलता के लिये प्रत्येक व्यक्ति में पाया जाना आवश्यक है। नीचे हम व्यावसायिक सफलता के कुछ मूल तत्वों की विवेचना करेंगे —

(१) व्यवसायी का व्यक्तित्व—व्यावसायिक सफलता बहुत कुछ स्वयं व्यवसाय का श्रीगणेश करने वाले व्यक्ति के व्यक्तित्व पर भी निर्भर करती है। एक आदर्श व्यवसायी वह है जिसका शारीरिक, मानसिक एवं नैतिक विकास उच्चकोटि का हो। पूर्ण स्वस्थ होने पर परिश्रम एवं लगन से कार्य कर सकता है। अस्वस्थ होने पर उसे अपने कर्मचारियों पर निर्भर रहना पड़ेगा। मानसिक कुशलता उसका दूसरा गुण है और ऊँचा नैतिक चरित्र तीसरा गुण। कुछ लोगों के विचार से मनुष्य के व्यक्तित्व पर उसके गृह के वातावरण का गहरा प्रभाव पड़ता है। प्रत्येक व्यक्ति की शारीरिक, मानसिक एवं नैतिक क्षमता वंशानुक्रमणगत (Hereditary) होती है, अर्थात् जैसे उसके माता-पिता एवं अन्य पूर्वज होते हैं, प्राय वैसा वह व्यक्ति भी होता है। यह कथन पूर्णत नहीं वरन् अंशत सत्य है। कभी-कभी ऐसा भी देखने में आता है कि पिता तो व्यापार-कुशल है, किन्तु विलासितामय जीवन होने के कारण

उनकी सन्तान अकुशल होती है। यह नहीं, कभी-कभी साधारण माता-पिता की सन्तान अत्यन्त व्यापार-कुशल निकलती है। फिर भी गृह के वातावरण एवं पूर्वजों के व्यक्तित्व का उनकी सन्तान पर काफी प्रभाव पड़ता है।

(२) कठिन परिश्रम—किसी भी व्यवसाय में सफलता पाने के लिए अथक परिश्रम की आवश्यकता होती है। अथक परिश्रम ही सफलता की आधारशिला है। यदि एक मनुष्य अपना समस्त कार्य अत्यन्त सावधानी तथा परिश्रम से करता है, तो एक न एक दिन सफलता स्वयं उसके कदम चूमेगी। किसी भी कार्य का केवल आडम्बर ही अच्छा नहीं होता, जो भी कार्य करना हो उसके निष्पादन में आत्मा निकाल कर रख देनी चाहिए। यदि व्यवस्थापक किसी कार्य के करने में कुछ उठा न रखेगा तो उसे सफलता अवश्य प्राप्त होगी। परिश्रमी व्यक्ति ही अपने अन्तर्गत कार्य करने वाले कर्मचारियों से परिश्रम से कार्य करा सकता है। यदि किसी व्यवसाय का स्वामी स्वयं आलसी हो तो उसके नियन्त्रण में कार्य करने वाले कर्मचारी भी काम-चोर होंगे, अतएव अन्य लोगों से काम लेने के लिए पहले स्वयं को कर्मशील बनाना चाहिए।

व्यावसायिक सफलता के मूल तत्व हैं १३

(१) व्यवसायी का व्यक्तित्व।
(२) कठिन परिश्रम।
(३) विवेक एवं कल्पना-शक्ति।
(४) उत्साह साहस एवं लगन।
(५) सिद्धान्त और सदाचार।
(६) ग्राहकों की सतुष्टि।
(७) रुचि एवं शिक्षा।
(८) व्यावसायिक कीर्ति।
(९) चरित्रबल।
(१०) कुशल आलोचक।
(११) चतुर तथा चौकन्ना।
(१२) एकता-प्रिय।
(१३) अनुशासन-प्रिय।

(३) विवेक एवं कल्पना-शक्ति—किसी भी व्यवसायी में साधारण बुद्धि (Common Sense) तो होनी ही चाहिए। व्यवस्थापक को प्रत्येक कार्य खूब सोच-समझ कर करना चाहिए। विवेक से कार्य करने में हमारा अभिप्राय यह है कि जो भी कार्य करें, उसके कारण एवं परिणाम पर पहले भली प्रकार गम्भीरता से विचार कर लिया जाय और तत्पश्चात् ही उसे दृढ निश्चय के साथ करना चाहिए। यह कार्य करने की वैज्ञानिक प्रणाली है और ऐसी युक्ति से असफलता न होगी। विवेकहीन होकर कार्य करने में सदैव हानि की आशंका रहती है। किसी ने कहा भी है कि 'बिना विचारे जो करे, सो पाछे पछताय।' प्रत्येक व्यक्ति को और मुख्यतः व्यापारियों एवं उद्योगपतियों को कल्पनाशील भी होना चाहिये। कल्पनाशक्ति के विकास के द्वारा ही मनुष्य महत्वाकांक्षी हो सकता है। जो व्यक्ति महत्वाकांक्षी नहीं है वह प्रगति भी नहीं कर सकता, अतएव विवेकशील होने के साथ-साथ कल्पनाशील एवं महत्वाकांक्षी होना चाहिए। श्री आर्थर हेल्पस के शब्दों में "कल्पना-शक्ति का धर्म से सम्बन्धित होना

आवश्यक है। एक कर्मवीर की ही महत्वाकाक्षायें सफल हो सकती हैं, कोरी कल्पना करने वाले व्यक्ति की नहीं।"

(४) उत्साह, साहस और लगन—एक सफल व्यवसायी मे अदम्य उत्साह, अपार प्रयास और तीव्र अभिरुचि होनी चाहिये। व्यवसाय एक ऐसा परीक्षा स्थल है जिसमे अनिश्चित मानसिक अवस्था वाले, अशक्त एवं मन्द गति वाले व्यक्ति शीघ्र ही असफल हो जाते हैं। व्यापार मे उतार-चढाव तथा हानि-लाभ होते ही रहते हैं और जो व्यक्ति कठिनाइयो और हानि के विपरीत भी काम कर सकता है वही सफल व्यापारी भी बन सकता है। असफलताओ के होते हुए भी 'प्रयोग और प्रयास' करते रहने की अधिक आदत डालनी चाहिये। कभी भी असफल न होना इतना गौरवशाली नही जितना कि गिर-गिर कर पुन प्रगति के पथ पर बढना, अतएव असफल होने की दशा मे निराश नही होना चाहिए, वरन् असफलता को ही सफलता की कसौटी समझ कर सदा उन्नति के पथ पर अग्रसर होते चला जाना चाहिये। व्यवसाय का मार्ग पुष्पो की सेज नही है। इसमे पग-पग पर जोखिम हैं, अत बिना साहस के सफलता पाना कठिन है।

(५) सिद्धान्त और सदाचार—व्यावसायिक सफलता का पाँचवां मूल तत्व है सिद्धान्त तथा सदाचार। एक सफल व्यवसायी को सिद्धान्तवादी होना चाहिए। प्रत्येक कार्य के सम्बन्ध मे कुछ पूर्व निश्चित सिद्धान्त होने चाहिये और उन्ही के आधार पर दृढ प्रतिज्ञ होकर कार्य करना चाहिये। व्यवसाय मे ईमानदारी के बिना सफलता प्राप्त करना असम्भव है। जो व्यक्ति बेईमानी करते हैं, वे कुछ समय तक भले ही फूलें फलें, किन्तु न तो उन्हें आत्मिक शान्ति ही मिल सकती है और न वास्तविक सफलता ही। ईमानदारी मे संस्था की कीर्ति बढती है तथा यह कीर्ति संस्था की सफलता मे बहुत सहायक सिद्ध होती है। कहते भी हैं कि "ईमानदारी ही सर्वश्रेष्ठ नीति है" (Honesty is the best policy)। ईमानदारी एक पराग है, जिसमे आकर्षित होकर भ्रमर-रूपी ग्राहक व्यापारी के पास स्वय चले आते हैं। ईमानदार व्यवसायी की सब प्रशसा करते हैं एव ग्राहकगण भी केवल स्वय ही माल नही खरीदते, वरन् अपने इष्ट-मित्रो आदि मे भी यही सिफारिश करते हैं कि अमुक व्यक्ति से ही व्यवहार करो। इस प्रकार पूर्णिमा के चन्द्रमा की भाँति ईमानदार व्यवसायी का यश दिन दूना रात चौगुना बढता है, विक्रय को प्रोत्साहन मिलता है एव परिणामस्वरूप लाभ भी अधिक होता है। झूठ बोलकर कुछ व्यक्तियो को हमेशा बहकाया जा सकता है, कुछ को कुछ समय के लिए किन्तु सब को हमेशा के लिए बहकाया नही जा सकता। व्यापारी झूठ बोलकर जिस व्यक्ति को एक बार ग्राहक बनाता है उसको हमेशा के लिए खो बैठता है, इसलिए अपनी स्थायी प्रतिष्ठा के लिये उसको सत्यनिष्ठ होना चाहिए।

(६) ग्राहकों की सन्तुष्टि—व्यवसाय मे प्रवेश करने वाले इच्छुक नवयुवक को यह न भूलना चाहिये कि "समस्त व्यवसाय का केन्द्र ग्राहक ही है।" व्यापारिक भवन ग्राहक के लिये होता है, ग्राहक व्यापारिक भवन के लिये नही। व्यापार का तो मुख्य

उद्देश्य ही ग्राहकों को आकर्षित करना तथा उनको सन्तुष्ट करना होता है। यदि व्यापारी ग्राहक को भली भाँति समझकर उससे उसी प्रकार का व्यवहार करे तो ग्राहक पर उसकी विजय निश्चित है। यदि कोई ग्राहक असन्तुष्ट भी हो जाय तो उसकी शिकायतों को दूर करने के लिए भरसक प्रयत्न करना चाहिए। इसके लिये यह आवश्यक है कि उसे मनोविज्ञान का भी थोड़ा ज्ञान हो। जो व्यापारी ग्राहकों का अनादर करता है तथा उन्हें सन्तुष्ट करना नहीं जानता वह कभी सफलता प्राप्त नहीं कर सकता। उपभोक्ताओं तथा ग्राहकों की सेवा करना प्रत्येक व्यवसायी का सर्वोपरि कर्त्तव्य होना चाहिये। लाभ की अपेक्षा 'सेवा' को प्राथमिकता देनी चाहिए। यदि ग्राहक को व्यवसायी द्वारा सेवा मिलेगी तो वह सदैव प्रसन्न रहेगा और उस व्यवसायी के ग्राहकों की संख्या दिन-प्रति दिन बढ़ती जायगी। यदि किसी व्यापारी की वस्तु अधिक उपयोगी नहीं है एवं ग्राहक भी असन्तुष्ट है तो वह व्यापारी कभी सफलता प्राप्त नहीं कर सकता।

(७) रुचि एवं शिक्षा—व्यवसाय की पूर्ण सफलता तभी सम्भव हो सकती है जब हम रुचिपूर्वक परिश्रम से कार्य करें। यदि हमारी उस व्यवसाय में रुचि नहीं है, आकर्षण नहीं है और हम बेमन से कार्य करते हैं तो व्यवसाय की सफलता नितान्त असम्भव हो जाती है। आजकल किसी भी व्यापारिक अथवा औद्योगिक संस्था का प्रबन्ध एवं उसकी सम्पूर्ण व्यवस्था करना कोई साधारण बात नहीं है। वकालत अथवा डाक्टरी पेशों की भाँति प्रबन्ध एवं व्यवस्था भी एक पेशा है, जिसको सुचारु रूप से करने के लिये पूर्व-शिक्षण की आवश्यकता होती है। दुःख है कि एशियाई देशों में अभी इस ओर विशेष ध्यान नहीं दिया जा रहा है। अमरीका में ऐसी अनेक संस्थायें हैं, जहाँ केवल प्रबन्ध एवं व्यवस्था सम्बन्धी कला की ही शिक्षा दी जाती है (जैसे—स्कूल ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन, हारवर्ड यूनिवर्सिटी, आदि)। गत कुछ समय में भारत में भी 'इन्स्टीट्यूट आफ बिजनेस मैनेजमेंट' की स्थापना कर दी गई है।

(८) व्यावसायिक कीर्ति—व्यवसाय की समस्त सम्पत्तियों में संस्था की कीर्ति सबसे महत्वपूर्ण है। यह संस्था के लाभ के लिये सदैव चौबीस घण्टे कार्य करती रहती है। संस्था का मुख्य उद्देश्य अपनी वस्तुओं को अच्छे भाव पर बेचना होता है। इस कार्य में तभी सफलता मिल सकती है जब उसके ग्राहकों को संस्था में पूर्ण विश्वास हो। वर्तमान व्यापार प्रायः उधार पर ही निर्भर है, अतएव अवसर धन उधार लेने की आवश्यकता को पूर्ण करने में संस्था की कीर्ति (Good will) अत्यन्त सहायक होती है। व्यापारियों में पारस्परिक विश्वास एवं सत्य की भावना से ही संस्था की कीर्ति बढ़ती है। उदाहरण के लिये, यदि एक बैंक आपके व्यक्तिगत चरित्र पर विश्वास करती है, तो वह कम प्रतिभूति (Security) पर भी अधिक रुपया दे सकती है, किन्तु इसके प्रतिकूल यदि आपकी ईमानदारी पर लेशमात्र भी सन्देह है तो अपेक्षाकृत अधिक प्रतिभूति देने पर भी कम रुपया ही दिया जाता है, अतएव इन सुविधाओं को पाने के

लिए साख की आवश्यकता होती है। साख अपने जीवन को सच्चाई पर अर्पण कर देने से ही मिल सकती है। एक बार भी सत्यता से च्युत होने पर सदैव के लिये साख कलंकित हो जाती है।

(६) चरित्र बल—प्रतिभायें निखर उठती हैं, यदि उनको नैतिक चरित्र बल मिल जाता है। नैतिक बल से युक्त होने के लिये व्यवसायी को धर्मभीरु तथा ईश्वरोन्मुख होना चाहिये, लेकिन उसे केवल घण्टा बजाने वाला नहीं होना चाहिये। प्रत्येक कार्य का आत्म-निरीक्षण करना चाहिये। प्रोफेसर हौकिंग के शब्दों में—"चरित्रवान् व्यक्ति अपनी आत्मा के द्वारा, अपनी वाणी के द्वारा तथा अपने व्यवहार के द्वारा अन्य व्यक्तियों पर अपने व्यक्तित्व का प्रभाव डाल सकता है एवं उन्हें अपनी ओर आकर्षित कर सकता है।"

(१०) कुशल आलोचक—व्यावसायिक सफलता के लिये यह भी आवश्यक है। कि वह सफल आलोचक हो। अपनी योजनाओं की अच्छाइयों और बुराइयों को उसे अच्छी तरह अध्ययन करना चाहिए और तत्पश्चात् ही उन्हें कार्यान्वित करना चाहिए। आलोचना इस प्रकार की होनी चाहिये, जिससे ठोस परिणाम निकलें। यदि आलोचना केवल आलोचना के लिये ही है तो वह निरर्थक होगी।

(११) चतुर तथा चौकन्ना—एक कुशल व्यापारी के लिये कूपमण्डूकता हानिकारक होती है, अतः जो व्यक्ति व्यापार में सफलता पाना चाहता है उसको अपने तक ही सीमित न रह कर विश्व की परिवर्तनशील गति-विधियों की भी जानकारी होनी चाहिये। बाहरी जगत से मुँह नहीं मोड़ लेना चाहिये। कुशल व्यापारी वही है जो विश्व के साथ भी कदम-ब-कदम मिलाकर चलता है।

(१२) एकता प्रिय—एक कुशल व्यवसायी में समझौता करने, ग्रहण करने, अवसर के अनुकूल बदलने तथा दूसरों की आलोचना एवं सलाह सुनने तथा अध्ययन करने की शक्ति होनी चाहिये। उसमें मतभेदों को दूर करने की क्षमता भी होनी चाहिए। यदि वह सच्चा सहयोगी है, तो सफल व्यापारी भी होगा।

(१३) अनुशासन-प्रिय—'अनुशासन' व्यावसायिक संगठन का प्राण है, अतः अपने कर्मचारियों से अनुशासन में रहने की आशा करने वाले व्यापारी को स्वयं अनुशासन का पालन करना चाहिये। यदि वह स्वयं अनुशासन में है, तो उसके नेतृत्व में किया जाने वाला प्रत्येक कार्य अनुशासनयुक्त होगा, यह निश्चित है।

व्यवसाय में टेक्नीकल ट्रेनिंग की आवश्यकता

प्रारम्भ में व्यवसाय की समस्यायें अधिक जटिल न थीं, अतः तान्त्रिक प्रशिक्षण की भी विशेष आवश्यकता न थी। वंश-परम्परा के अनुसार पुत्र अपने पिता का ही व्यवसाय करता था। भले ही उसको व्यावसायिक क्रियाओं की विशिष्ट जानकारी न हो, किन्तु उस समय व्यवसाय विशेष के वातावरण में पलने के कारण किसी प्रकार उसकी गाडी खिंच जाती थी। उस समय प्रतिद्वन्द्विता के अभाव एवं

व्यापार मे एकाधिकार होने से यदि व्यापार अकुशल हाथो मे भी चला जाता था, तो भी उसका लाभ प्राय सुरक्षित हो रहता था।

किन्तु वर्तमान युग मे उत्पन्न हुई व्यापारिक प्रतिद्वन्द्विता नये-नये वैधानिक आविष्कार एव अनुसन्धान, बीमा, बैंकिग एव अर्थ-प्रबन्धन के क्षेत्र मे नवीन विकास, अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की व्यापकता आदि ने प्राचीन व्यवस्था को समाप्त कर दिया है। आजकल जाति के आधार पर व्यवसाय नही किए जाते। अब कोई भी व्यक्ति किसी भी प्रकार का व्यवसाय करने मे सकोच का अनुभव नही करता। इस नवीन प्रवृत्ति ने व्यवसाय के क्षेत्र को अधिक व्यापक कर दिया है और साथ-साथ नई समस्याये भी पैदा हो गई हैं। जो व्यक्ति परम्परागत व्यापार करते हैं उनको तो अधिक कठिनाई होनी है, क्योंकि प्रारम्भ से ही अमुक वातावरण मे पलने के कारण उनका उनके सस्कारो पर बडा गहरा प्रभाव पडता है, किन्तु जब कोई व्यक्ति परम्परा से विपरीत कोई नया व्यवसाय अपने हाथ मे लेता है तो उसके सम्मुख विभिन्न प्रकार की समस्याये आती हैं। एक नये व्यापार को सुचारु रूप से चलाने के लिये उसका विशिष्ट ज्ञान होना अनिवार्य है। उदाहरण के लिये, यदि कोई व्यक्ति वस्त्र-मिल व्यवसाय मे प्रवेश करना चाहता है, तो उसे इस व्यवसाय के विषय मे निम्न विशेष बातो का ज्ञान होना चाहिए :—

(१) वस्त्र-मिल के स्थानीयकरण को प्रभावित करने वाले कारण।

(२) कच्चा माल कहाँ से प्राप्त होगा ?

(३) मिल के लिए कौन सी मशीनें उत्तम होगी और कहाँ से प्राप्त की जायेंगी ?

(४) श्रमिको मे कार्य-विभाजन किस प्रकार होना चाहिए।

(५) नवीनतम डिजाइनो एव उत्पादन विधियो का साधारण ज्ञान।

प्राय कहा जाता है कि पुस्तकीय ज्ञान बेकार है, क्योकि हमारे विद्यार्थी जब डिग्रियाँ लेकर विश्वविद्यालयो से निकल कर जीवन क्षेत्र मे प्रवेश करते हैं, तो उनसे कुछ करते नही बनता। कहा जाता है कि पत्र-व्यवहार तक ठीक से नहीं कर सकते, अत. ऐसी शिक्षा से क्या लाभ ? वास्तव मे पुस्तकीय ज्ञान मनुष्य को 'पूर्ण' नही बनाता। जिस प्रकार कैंची मे दो फलो का होना आवश्यक है अथवा मनुष्य को चलने के लिए दो पैरो की आवश्यकता है, उसी प्रकार व्यापार मे सफलता पाने के लिये नवागन्तुक को पुस्तकीय एवं व्यावहारिक ज्ञान दोनो ही होना चाहिए। एक के बिना दूसरा अपर्याप्त है। यदि नवागन्तुक बिना सैद्धान्तिक ज्ञान के क्रियात्मक जगत मे उतर पडता है तो उसे पद-पद पर कठिनाई उत्पन्न होगी और वह असहाय बन कर दूसरो पर निर्भर रहेगा। यदाकदा ठोकरें खाकर, नुकसान सहकर वह सही मार्ग पकड सकेगा। इसके विपरीत यदि नवागन्तुक केवल पुस्तकीय ज्ञान के सहारे व्यापार आरम्भ करना चाहे तो भी उसे कठिनाइयो का सामना करना पडेगा। वास्तव मे वह

उचित अवसर पर अपने ज्ञान का प्रयोग नहीं कर सकेगा, अत इन दोनों के समन्वय की नितान्त आवश्यकता है। यदि हमारे विद्यार्थियों को बड़ी-बड़ी फर्मों के साथ 'कार्य' का व्यावहारिक ज्ञान प्राप्त करने का अवसर मिले तो जीवन क्षेत्र में प्रवेश करते समय, जबकि उनके ऊपर ही सारा दायित्व होगा, उनकी बुद्धि अधिक निखरी हुई होगी।

Standard Questions

(1) You are asked to start a new business What points would you take into consideration in its establishment ? Give reasons

(2) What are the essential requisites for the success of a business ?

(3) ' Honesty is the best policy in business''—Discuss

(4) It has been said that theoretical training is unnecessary and not sufficient for success in a practical business career " Give your considered opinion on the point

३.

देशी व्यापार का संगठन
(Organisation of Home Trade)

प्रारम्भिक

'देशी व्यापार के संगठन' से हमारा आशय अन्तर्देशीय व्यापार की उस व्यवस्था से है, जिसके अन्तर्गत माल या वस्तुयें निर्माताओं या उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक पहुँचाई जाती हैं। प्राचीन काल मे सीमित मानवीय आवश्यकतायें होने के कारण केवल किंचित वस्तुओं मे ही व्यापार होता था और उसका स्वरूप भी अत्यन्त सकुचित था। उन दिनो उत्पादक गण सीधे उपभोक्ताओं को अपना माल बेचते थे। किंतु जैसे-जैसे ज्ञान-विज्ञान मे प्रगति के साथ-साथ मुद्रा का प्रादुर्भाव हुआ, श्रम-विभाजन व विशिष्टीकरण मे वृद्धि हुई, यातायात एव सदेशवाहन के साधनों का विस्तार हुआ। आर्थिक सगठन मे सुधार हुआ तथा अन्य व्यावसायिक सुविधाओं की प्राप्ति हुई, वैसे-वैसे ही व्यापार का क्षेत्र भी बढता गया और अन्त मे व्यापार अन्तर्राष्ट्रीय हो गया। इस प्रकार व्यापार का आकार और क्षेत्र बढ जाने से उत्पादक और उपभोक्ताओं का सीधा क्रय-विक्रय सम्भव न रहा और ऐसे मध्यस्थो की आवश्यकता हुई जो दूर स्थित उत्पादक से माल खरीदकर उपभोक्ता तक पहुँचा सके। परिणाम यह हुआ कि माल अन्य मध्यस्थो द्वारा उपभोक्ता तक पहुँचने लगा। ये मध्यस्थ विभिन्न प्रकार के नामों से सम्बोधित किए जाते हैं।

देशी व्यापार के अन्तर्गत दो प्रकार के मध्यस्थो का बडा बोलबाला है —

(I) थोक व्यापारी और (II) फुटकर व्यापारी।

(I) थोक-व्यापारी (Wholesale Trader)

थोक व्यापारी कौन है ?

'थोक व्यापारी' (Wholesalor) से आशय ऐसे व्यापारी का है, जो पहले उत्पादकों से अधिक मात्रा मे वस्तुएं खरीद लेता है और फिर उन्हें फुटकर विक्रेताओं को थोड़ी-थोड़ी मात्रा मे बेचा करता है। वास्तव मे थोक-व्यापारी न तो निर्माता

ही है और न फुटकर विक्रेता ही, वरन् वह दोनो के मध्य की कड़ी है। अन्य शब्दो मे इस प्रकार भी कह सकते हैं कि वह उपभोक्ता एव निर्माता के मध्य सम्बन्ध स्थापित करने के लिये मध्यस्थ के रूप में कार्य करता है। एक थोक-व्यापारी मुख्यत किसी विशेष वस्तु का व्यापार करता है। इसके विपरीत एक फुटकर व्यापारी अपनी दूकान में नाना प्रकार की वस्तुयें रखता है। उपर्युक्त परिभाषा से एक थोक व्यापारी के निम्न लक्षण स्पष्ट हैं —

थोक व्यापारी के लक्षण

(१) थोक व्यापारी बड़ी मात्रा में वस्तुयें खरीदता या बचता है।

(२) वह कुछ विशेष वस्तुओ मे ही व्यापार करता है।

(३) वह छोटे-छोटे दुकानदारो को, जिन्हे फुटकर व्यापारी कहते है, माल बेचता है।

थोक व्यापारी की सेवायें

थोक व्यापारी उत्पादकों तथा फुटकर विक्रेताओं के बीच एक अनिवार्य श्रृंखला है। यह उत्पादकों, फुटकर व्यापारियों एव समाज के प्रति निम्न सेवायें प्रदान करते हैं —

(I) उत्पादकों के प्रति सेवायें

(१) कच्चे माल के सग्रह का आवश्यकता नहीं—उत्पादकों को कच्चा माल सग्रह नही करना पड़ता, क्योंकि यह कार्य थोक-व्यापारी करते हैं, अत उत्पादक को कच्चे माल के सग्रह मे अपनी पूँजी फँसानी नही पड़ती और उतनी पूँजी अधिक उत्पादन मे लगाई जा सकती है अथवा उतनी कम पूँजी से ही निर्माताओं का काम चल सकता है।

(२) आर्थिक सहायता एव जोखिम—बहुधा थोक व्यापारी निर्माताओं को आर्थिक सहायता भी करता है। सामान को खरीद कर सग्रह करने मे थोक व्यापारी विपणन की जोखिम भी उठाते हैं। मूल्य घटने-बढ़ने, फैशन बदलने, सामान खराब होने आदि का जोखिम इन्ही पर होता है। निर्माताओं को यह जोखिम नही उठानी पड़ती।

(३) विज्ञापन एव आदेशों का सग्रह—थोक-व्यापारी व्यापार को बढ़ाने के लिए वस्तु का खूब विज्ञापन करते हैं। इस हेतु वे विक्रेताओं की एक श्रेणी रखते हैं, जो चारो ओर घूम-घूम कर आदेश इकट्ठा करते हैं। इस प्रकार उत्पादकों का विज्ञापन स्वत हो जाता है। इसके अतिरिक्त थोक-व्यापारी उन आदेशो को एकत्रित करके निर्माताओं के पास भेज देते हैं। बहुत बड़ी मात्रा म आदेश पाने पर वे लोग बड़े पैमाने पर वस्तुयें बना कर व्यय में मितव्ययिता करा सकते हैं।

(४) उत्पादन के विशेषीकरण मे सहायता—थोक-व्यापारी अपने फुटकर विक्रेताओं से बड़े परिमाण में विभिन्न वस्तुओं के आदेश प्राप्त करता है, जिनका समुचित वर्गीकरण करके वह उन आदेशो को विभिन्न निर्माताओं के पास—जो जिस

कार्य मे अधिक कार्यक्षम है—भेजना है, जिससे प्रत्येक निर्माता किसी न किसी विशेष प्रकार की वस्तुओं के उत्पादन में विशेषीकरण (Specialisation) करता है तथा उसी वस्तु का उत्पादन करने को प्रवृत्त होता है, जिसमे वह अधिक कार्यक्षम है।

थोक व्यापारी की सेवायें

(I) उत्पादकों के प्रति :

(१) कच्चे माल के संग्रह की आवश्यकता नहीं।
(२) आर्थिक सहायता एवं जोखिम।
(३) विज्ञापन एवं आदेशों का संग्रह।
(४) उत्पादन के विशेषीकरण में सहायता।
(५) मांग सम्बन्धी सूचनायें देना।
(६) विक्रय संगठन की बचत।
(७) फुटकर व्यापारी से सम्पर्क स्थापित करना।

(II) फुटकर व्यापारियों के प्रति

(१) आवश्यकतानुसार एवं साख पर माल सप्लाई करना।
(२) सब प्रकार का माल एक स्थान पर मिलना।
(३) निर्मित वस्तुओं के विषय मे सूचना प्रदान करना।
(४) माल को छांटने व पैक करने की सुविधायें देना।
(५) विज्ञापन व्यय बचाना।
(६) मूल्यों में स्थायित्व रखना।

(III) समाज के प्रति :

(१) उपभोक्ताओं की रुचि के अनुसार पूर्ति।
(२) मूल्यों मे कमी लाना।
(३) मांग व पूर्ति के समायोजन द्वारा औद्योगीकरण मे सहायता।

(५) मांग सम्बन्धी सूचनायें देना—सदैव उपभोक्ताओं के प्रतिनिधि फुटकर व्यापारियो के सम्पर्क मे रहने के कारण थोक-व्यापारी उपभोक्ताओं की परिवर्तित मांगो से परिचित रहता है और उत्पादक को उपभोक्ताओं की मांग के विषय मे समय-समय पर सूचना पहुँचाता रहता है। यही नही, कौनसी विशेषताओं का माल किन विपणियो म बिकेगा, इसका परिचय भी वह निर्माताओं को देता है, जिससे वे विशिष्ट प्रकार का माल निर्माण करने मे सफल होते हैं। विपणियो का विस्तार अधिक होने के कारण यह कार्य उत्पादकों के लिए असम्भव है।

(६) विक्रय संगठन की बचत—समस्त माल के निर्माण के बाद थोक-व्यापारी उसको खरीद लेते हैं, अतएव उत्पादकों को अपना विक्रय-संगठन नही रखना पडता, जिससे विज्ञापन आदि मे उन्हे अधिक व्यय नही करना पडता और न उन्हे विक्रय कला की प्रवीणता ही आवश्यक होती है। उत्पादक को साख आदि के लिये अतिरिक्त पूंजी की आवश्यकता नही रहती, क्योंकि विशेषत थोक-व्यापारी रोकड़-क्रय (Cash Purchase) ही करते हैं।

(७) फुटकर व्यापारी से सम्पर्क स्थापित करना—थोक-व्यापारी, उत्पादक तथा फुटकर व्यापारी के बीच मध्यस्थ का कार्य करके परस्पर सम्पर्क स्थापित करता है।

(II) फुटकर व्यापारी के प्रति सेवायें

(१) **आवश्यकतानुसार एव साख पर माल सप्लाई करना**—फुटकर व्यापारियों के पास प्राय धन का अभाव रहता है, अत सीमित पूंजी होने के कारण वे बड़ी मात्रा मे माल का सग्रह नही कर सकते । वे तो आवश्यकतानुसार समय-समय पर माल खरीदते रहते है और जो माल बिक जाता है, उसकी जगह पुन माल खरीदते है । ऐसी परिस्थिति मे थोक व्यापारी इनकी बड़ी सहायता करते हैं । थोक-व्यापारियों के पास माल का सग्रह रहता है, जिसे वे आवश्यकतानुसार फुटकर व्यापारियों को देते रहते है । यही नही साख सुविधायें भी ये अपने स्थायी ग्राहकों को देते रहते है, जिससे फुटकर व्यापारियों को अतिरिक्त पूंजी की आवश्यकता नही रहती ।

(२) **सब प्रकार का माल रखना**—यदि फुटकर व्यापारी प्रत्यक्ष रूप से उत्पादकों से ही माल खरीदें तो उन्हे विभिन्न आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए विभिन्न उत्पादकों के पास जाना पड़ेगा । उत्पादकों की वस्तुओं का तुलनात्मक अध्ययन करने के बाद वे यह निश्चय कर सकेंगे कि अमुक वस्तु कहां से खरीदनी चाहिए, परन्तु थोक विक्रेता के पास विभिन्न निर्माताओं की वस्तुओं का सग्रह होता है, जहाँ वह अपने ग्राहकों की रुचि की वस्तुयें सुविधापूर्वक खरीद सकता है ।

(३) **निर्मित वस्तुओं के विषय मे सूचना प्रदान करना**—थोक व्यापारियों को विभिन्न उत्पादकों का अनुभव होता है एव निर्मित वस्तुओं के विषय मे पूर्ण सूचना रहती है । इस अनुभव का उपयोग फुटकर विक्रेताओं को अनायास ही मिलता रहता है ।

(४) **छांटने व पैक करने की सुविधा**—विक्रय के अयोग्य अनेक वस्तुओं को विक्रय योग्य बनाने मे थोक व्यापारी फुटकर व्यापारी की बड़ी सहायता करते हैं । प्राय माल को छांटने, एकत्रित करने व डिब्बों मे भरने अथवा बांधने आदि का कार्य थोक व्यापारी को स्वयं करना पड़ता है, अतएव फुटकर व्यापारी इन आपत्तियों से बच जाता है । उसके लिए केवल माल बेचने का कार्य ही शेष रह जाता है ।

(५) **विज्ञापन व्यय की बचत**—यही नही, थोक-व्यापारियों द्वारा किये हुए विज्ञापन से भी फुटकर व्यापारियों को लाभ होता है और उनको विज्ञापन व्यय अधिक नही करना पड़ता ।

(६) **मूल्यों मे स्थायित्व रखना**—थोक-व्यापारी अपने निर्माण क्षेत्र मे मांग एव पूर्ति का समायोजन कर मूल्यों मे स्थायित्व रखता है, जिससे फुटकर व्यापारी को मूल्यों के उच्चावचन (Rise and Fall) मे होने वाली सम्भाव्य हानियों से रक्षा होती है ।

(III) समाज के प्रति सेवायें

इसके अतिरिक्त थोक-व्यापारियों से सामान्य जनता को भी लाभ पहुंचता है —

(१) **उपभोक्ताओं की रुचि के अनुसार पूर्ति**—बहुधा थोक विक्रेताओं के

अभाव मे फुटकर व्यापारियो को वस्तुओ की पूर्ति उपभोक्ताओ की रुचि के अनुसार करना कठिन हो जाता है।

(२) मूल्यों मे कमी लाना—थोक व्यापारी वस्तुओं के विपणन मे सहयोग देता है तथा विशिष्टीकरण की ओर उत्पादक को प्रवृत्त करता है, जिससे बडी मात्रा मे उत्पादन सम्भव होकर मूल्य भी कम होते हैं। परिणामस्वरूप जनता को यथासमय एव यथास्थान आवश्यकता की वस्तुये कम मूल्य पर मिल जाती हैं।

(३) औद्योगीकरण मे सहायता—अन्त मे, वह माँग एव पूर्ति के समायोजन द्वारा मूल्यों को स्थायित्व प्रदान करता है, जिससे एक निश्चित वेग से औद्योगीकरण होता है एव समाज भी लाभान्वित होता है।

क्या थोक विक्रेता आवश्यक है ?

(अ) थोक विक्रेता आवश्यक नहीं है

वर्तमान युग मे कुछ व्यक्तियो की सम्मति यह है कि थोक-व्यापारी विपणन की शृंखला मे एक अनावश्यक कडी है। इस विचारधारा को बल देने वाले अनेक कारण हैं :—

(१) कमीशन के कारण मूल्य मे वृद्धि—इन मध्यस्थो के कारण प्राय वस्तुओ के मूल्य मे अत्यन्त वृद्धि होती जारही है। आजकल हम सर्वत्र देखते हैं कि जिस मूल्य पर उत्पादक के यहाँ से वस्तुये चलती हैं और जिस मूल्य पर वे उपभोक्ताओ को मिलती हैं, उसमे काफी अन्तर होता है। विभिन्न थोक-व्यापारी के हाथ से वस्तु निकलने के कारण उनके कमीशन के कारण वस्तु का मूल्य बढ़ जाता है, जिसका भार अन्त मे बिचारे उपभोक्ताओ को ही उठाना पडता है। यही कारण है कि थोक व्यापारी को उत्पादक, फुटकर व्यापारी तथा ग्राहक सभी सशय की दृष्टि से देखते हैं।

(२) फुटकर व्यापारी व उत्पादकों का विद्रोह—थोक व्यापारी की अवहेलना का प्रधान कारण फुटकर व्यापारी व उत्पादक का विद्रोह है। फुटकर व्यापारी तो यह सोचता है कि उत्पादक तथा उपभोक्ता के बीच मूल्य का जो अन्तर है उसका बहुत थोडा भाग उसे मिलता है और अधिकाश भाग प्रायः थोक विक्रेताओ की जेब मे जाता है। यही कारण है कि फुटकर व्यापारी स्वयं अधिक लाभ कमाने की आकाक्षा मे उत्पादक से सीधा सम्बन्ध स्थापित करना चाहता है। इसके अतिरिक्त यातायात एव सन्देशवाहन की सुविधाओ के कारण निर्माताओ का सम्बन्ध सीधे उपभोक्ता से स्थापित होता जा रहा है।

(३) निर्माताओं से सीधे सम्बन्ध मे वृद्धि—बहु विक्रय-शालाओं तथा वैभागिक भण्डारों की वृद्धि के कारण निर्माताओ से सीधा सम्बन्ध स्थापित हो गया है।

(४) निर्माताओं के अपने विक्रय संगठन—निर्मातागण स्वयं भी अपनी वस्तुओं को बेचने के लिए दुकान खोलने लगे हैं। उदाहरणार्थ, जे० सी० मिल्स की ग्वालियर, लश्कर मे फुटकर दुकानें, दिल्ली क्लॉथ मिल्स की कानपुर, दिल्ली, लखनऊ, इन्दौर आदि नगरो अथवा एलगिन मिल्स की फुटकर दुकानें।

थोक विक्रेता की आवश्यकता है या नहीं ?

(अ) आवश्यकता नहीं है क्योंकि -
(१) उसके कमीशन के कारण वस्तुओं के मूल्य में वृद्धि हो जाती है।
(२) फुटकर व्यापारी एवं उत्पादक दोनों को उसके कारण कम लाभ होता है।
(३) उपभोक्ताओं का निर्माताओं से प्रत्यक्ष सम्बन्ध बढ़ता जा रहा है।
(४) निर्माता अब अपने निजी विक्रय सगठन कायम करते जा रहे हैं।
(५) सहकारिता आन्दोलन एवं डाक व्यापार की वृद्धि हो रही है।
(६) प्रमापीकरण एवं श्रेणीयन की सुविधाओं से उपभोक्ता वस्तु को देखे बिना आदेश भेज सकते हैं।

(ब) आवश्यकता है क्योंकि :
(१) उपभोक्ता बिना वस्तु देखे मोल लेने में हिचकिचाता है।
(२) उपभोक्ताओं की मानसिक प्रवृत्तियों के अध्ययन की आवश्यकता है।
(३) भविष्य के लिये माँग का अनुमान लगाना जरूरी है।
(४) उत्पादकों को माल संग्रह करने व साख देने में मितव्ययिता होती है।
(५) उत्पादकों में विशेषीकरण की प्रवृत्ति बढ़ती है।
(६) फुटकर व्यापारियों की पूँजी में किफायत हो जाती है।

(५) सहकारिता आन्दोलन का विकास—सहकारिता आन्दोलन थोक विक्रेताओं से पूर्णत स्वतन्त्र होकर कार्य कर रहा है। इसी प्रकार डाक द्वारा व्यापार भी आजकल बड़ी मात्रा में हो रहा है।

(६) प्रमापीकरण एवं श्रेणीयन—फिर वस्तुओं के प्रमापीकरण एवं श्रेणीयन के कारण उपभोक्ताओं को वस्तुओं को प्रत्यक्ष रूप से देखने की आवश्यकता भी नहीं रही है। केवल विज्ञापन द्वारा ही वस्तु की पूर्ण कल्पना की जा सकती है।

(ब) थोक व्यापारी आवश्यक है

इन सभी कारणों से थोक विक्रेताओं को हटाने की प्रवृत्ति जागृत हो रही है, परन्तु विरोध में आन्दोलन होने पर भी थोक व्यापारी जीवित हैं। जीवित इसलिए हैं कि इनको किसी प्रकार भी नष्ट करना असम्भव है, क्योंकि इनके कार्यों का विस्तार एक फुटकर व्यापारी या निर्माता से कहीं अधिक है।

(१) खरीदार की हिचकिचाहट—वास्तव में आज कोई भी देश इस स्थिति तक नहीं पहुँच सका है कि थोक व्यापारियों के अभाव में वह निर्मित वस्तुओं को प्रत्यक्ष उपभोक्ताओं के घर तक सुगमता से पहुँचा सके। प्रमापीकरण का इतना बोल-बाला होते हुए भी उपभोक्ता बिना वस्तु को देखे हुए उसे खरीदने में हिचकिचाता है।

(२) मानसिक प्रवृत्ति में भिन्नता—जैसा हम ऊपर संकेत कर चुके हैं कि वस्तुओं के क्रय के सम्बन्ध में उपभोक्ताओं की एक विशेष मानसिक प्रवृत्ति होती है, जो भिन्न-भिन्न विपणि में भिन्न-भिन्न होती है। इसका अध्ययन प्रत्येक निर्माण कर्ता के लिए करना असम्भव नहीं।

(३) भविष्य के लिये माँग अनुमान—निर्माता भविष्य के लिए उत्पादन करता है, जिसका निश्चित अनुमान उसे थोक व्यापारियो द्वारा ही होता है, क्योंकि इनका विक्रय संगठन अत्यन्त निपुण एवं विस्तृत होता है।

(४) विशेषीकरण को बढ़ावा—विभिन्न विपणियों के सम्पर्क में होने से विशिष्टीकरण करने के लिए उत्पादकों को प्रवृत्त करता है तथा इन्हे विभिन्न बाजारो की सूचनाओं तथा भावी माँग की परिस्थिति से परिचित कराता है। उत्पादको के लिए यह कार्य सम्भव नही।

(५) उत्पादको की मितव्ययिता—थोक व्यापारी के अभाव मे उत्पादक को स्वय माल का सग्रह करना पडेगा तथा फुटकर व्यापारियो को साख सुविधायें भी देनी पडेंगी, जिसके लिए उसे अधिक पूंजी की आवश्यकता रहेगी। यह धन अधिक उपयोगी कार्यों में लगाया जा सकता है।

(६) फुटकर व्यापारियों की पूंजी मे बचत—फुटकर व्यापारो भी अपनी सीमित पूंजी के कारण माल का संग्रह न कर सकेंगे। बिना साख सुविधा के वे अपना व्यापार भी सुचारु रूप से सचालित नहीं कर सकते।

निष्कर्ष

अतः चाहे थोक विक्रेताओं के उन्मूलन से लाभ ही क्यो न दिखाई देता हो, किन्तु इनको जड से उखाडना किसी भी दृष्टि से वाछनीय नहीं कहा जा सकता, क्योंकि विनाशशील वस्तुओं के निमित्त निर्माता तथा फुटकर विक्रेता दोनो के लिए थोक व्यापारी का होना आवश्यक है। हाँ, इनकी अधिकता को अवश्य कम किया जा सकता है, जिसके लिए निर्माताओ तथा फुटकर व्यापारियों दोनों को सगठित प्रयत्न करना चाहिए।

थोक व्यापार का सगठन

थोक व्यापार का सगठन उसकी आकृति, उसके व्यापार एव कारोबार पर निर्भर करता है। इस सम्बन्ध मे निम्न बातें ध्यान देने योग्य हैं :—

(I) व्यापार करने का स्थान

थोक व्यापारी के लिये व्यापार करने का स्थान अधिक महत्व नहीं रखता, क्योंकि उसे उपभोक्ताओ से प्रत्यक्ष सम्बन्ध नही रखना पड़ता। उसका सम्बन्ध तो केवल फुटकर व्यापारियो से होता है अथवा उत्पादकों से। अतः व्यापार के स्थान का चुनाव करते समय उसे इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि वह स्थान ऐसा हो जहाँ फुटकर व्यापारी सुगमता से पहुँच सकें एव वह (थोक व्यापारी) उत्पादकों से सुगमता से माल का सग्रह कर सके। इस दृष्टि से थोक व्यापार के लिए शहर के व्यापारिक केन्द्र में स्थान होना चाहिए। उसे अपनी विक्रय-वस्तुओं का एक छोटा सा प्रदर्शन-कक्ष (Show Room) रखना चाहिये, जिसमें उन वस्तुओं का प्रदर्शन होना चाहिये, जिनमें वह व्यापार करता है।

सम्बन्ध में एक (Stores Register) रखना चाहिए, जिसमे माल की प्राप्ति की संख्या एव मूल्य, बिका हुआ माल तथा शेष माल के लिये अलग-अलग कालम होने चाहिये। इस रजिस्टर की सहायता से उसे कोई भी सूचना किसी भी समय सुगमता से मिल सकती है। जिन थोक व्यापारियो के पास विभिन्न प्रकार की वस्तुओ का सग्रह अधिक परिमाण मे होता है वे प्राय कार्ड सूची का प्रयोग करते हैं, जिसमे विभिन्न वस्तुओ के लिए अलग-अलग कार्ड होते हैं तथा उनको देखने से यह सुगमता से ज्ञात किया जा सकता है कि अमुक वस्तु के स्टाक की क्या दशा है ?

(ब) विक्रय विभाग

(१) विक्रय प्रतिनिधियों की नियुक्ति—एक थोक-व्यापारी के प्रधान ग्राहक फुटकर व्यापारी ही होते हैं, अत उन्हें आकर्षित करने के लिए वह दो पद्धतियो को अपनाता है—प्रथम, अपने विक्रय प्रतिनिधियों (Sales Agents) द्वारा उनसे सम्बन्ध स्थापित करना और दूसरे, प्रत्यक्ष रूप से उनसे व्यवहार करना। अप्रत्यक्ष ढग से ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए जिन विक्रय-प्रतिनिधियो की नियुक्ति की जाय वे योग्य, कार्यक्षम एव विक्रय-कला (Salesmanship) मे दक्ष होने चाहिये। पाश्चात्य देशो मे विक्रय-प्रतिनिधियो को क्रियात्मक शिक्षा भी दी जाती है, जिससे वे योग्य एवं कुशल विक्रय-प्रतिनिधि बन सकें। हमारे देश मे बाटा शू कम्पनी तथा टाटा आइल मिल्स की ओर से इस प्रकार का आयोजन किया गया है। यहाँ विक्रय प्रतिनिधियो को नियुक्ति के पूर्व विभिन्न पद्धतियो से उनकी मानसिक प्रवृत्ति की परीक्षा की जाती है तथा बाद मे उन्हें क्रियात्मक शिक्षा भी दी जाती है। ऐसे व्यक्तियो के लिए वाणिज्य-शिक्षा (Commercial Education) का ज्ञान होना भी आवश्यक है। विक्रय-प्रतिनिधियो का वेतन आदि भी केवल विक्रय पर ही निर्भर नही करता, वरन कुल लाभ मे से दिया जाता है। इसका कारण यह है कि यदि वेतन केवल विक्रय पर ही अवलम्बित हो तो ये लोग लाभ की ओर ध्यान न देकर कम मूल्य पर भी बिक्री कर सकते हैं। इन पर पूर्ण नियन्त्रण करने के लिये इनसे निश्चित अवधि पर बिक्री का हिसाब लेते रहना चाहिए।

(२) प्रदर्शन गृह—यद्यपि फुटकर व्यापारी की भाँति थोक-व्यापारी का ग्राहको से वैयक्तिक सम्बन्ध नही होता (जिन्हे अपनी ओर आकर्षित करने के लिये बडे प्रयत्न करने पडते हो) किन्तु फिर भी फुटकर विक्रेताओं की सुगमता के लिए उसे एक प्रदर्शन गृह (Show Room) रखना चाहिये, जिसमे विभिन्न वस्तुओ को आकर्षक ढग से सुशोभित करना चाहिये। फुटकर व्यापारी बहुधा समय-समय पर थोक विक्रेता के यहाँ आते रहते हैं तथा उसके प्रदर्शन कक्ष की वस्तुओ का निरीक्षण करके आदेश भी दे जाते हैं। इस दृष्टि से फुटकर व्यापारियो के बैठने तथा ठहरने आदि की भी सुविधा रखनी चाहिए।

(३) विक्रय क्षेत्र का विभाजन एवं विक्रय प्रतिनिधियों द्वारा आदेश लेना—बाहरी व्यापार के लिये विक्रेता प्राय अपने भ्रमणकर्त्ताओ तथा विक्रय प्रतिनिधियो

पर निर्भर करता है। प्रत्येक विक्रय प्रतिनिधि अथवा भ्रमणकर्त्ता को एक-एक जिला अथवा राज्य का कुछ भाग प्रचार करने के लिए निश्चित कर दिया जाता है। भ्रमणकर्त्ता अपने-अपने क्षेत्रो मे जा कर फुटकर व्यापारियो से आदेश प्राप्त करते हैं। भ्रमणकर्ता का प्रमुख कार्य अपने क्षेत्र के फुटकर विक्रेताओ के हृदय मे वस्तुओ के प्रति आकर्षण पैदा करना एव सन्तुष्ट ग्राहको का निर्माण करना होता है। वह वस्तुओ को भली प्रकार दिखा कर नमूना या फैशन के बदलने का आश्वासन देकर तथा अच्छी तरह वस्तुओ का विज्ञापन करके उनकी मांग मे वृद्धि करते हुए ग्राहको की सेवा करता है। वह स्थाई ग्राहको से अपना सम्बन्ध स्थापित करता हुआ पुराने एव छूटे हुये ग्राहको से भी अपना व्यवहार पुन स्थापित करने का प्रयत्न करता है।

(४) **ग्राहकों की शिकायतों पर कार्यवाही**—व्यापार मे कभी-कभी ग्राहको की ओर से शिकायते भी आती रहती हैं, जिनको सदैव नम्र व्यवहार से एव कुशलता से सन्तुष्ट करना चाहिए तथा रूखा उत्तर नही देना चाहिए। प्रत्येक शिकायत की पूर्ण छान-बीन करके ग्राहको को शीघ्रातिशीघ्र एव सन्तोषप्रद उत्तर भेजना चाहिए क्योकि सन्तुष्ट ग्राहक विज्ञापन का सर्वश्रेष्ठ साधन है।

(५) **चिन्हित वस्तुयें (Brand Goods)**—वर्तमान प्रतियोगिता के युग मे ट्रेड मार्क का होना अत्यन्त महत्वपूर्ण है, अत व्यापारीगण विज्ञापन के पूर्व अपनी वस्तुओ के लिये किसी चित्र या चिन्ह को रजिस्टर्ड करा लेते हैं, जिसे ट्रेड मार्क कहते हैं। इसके द्वारा यह ज्ञात हो जाता है कि अमुक वस्तु अमुक व्यापारी की है। उदाहरण के लिए, स्वास्तिका ब्राड साबुन, हथौडा एव चक्र ब्राड, जे० के० गुड्स, गुरदेव मार्का कापियाँ आदि। इन चिन्हो से विशेष लाभ यह होता है कि यदि कोई वस्तु जनता को अधिक प्रिय लगती है तो उस चिन्ह द्वारा अत्यधिक मांग बढ जाती है। ट्रेड मार्क का निर्धारण करते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि वे आकर्षक हो एव जिन्हे आसानी मे याद रखा जा सके तथा जो अन्य चिन्हो मे पृथक पहिचाने जा सके। इन चिन्हो से थोक तथा फुटकर व्यापारी दोनो को ही लाभ होता है। प्रमापिक (Standard) होने के कारण किसी भी पक्षकार को वस्तु के गुण के सम्बन्ध मे अधिक छान-बीन नही करनी पडती। ट्रेड मार्क के उपयोग से निर्माता को विश्वास हो जाता है कि उसकी वस्तुओं का विक्रय होगा तथा वह उपभोक्ताओ का विश्वास-पात्र हो जाता है। वस्तु का प्रमापीकरण होने से सभी विपणियों मे उसका समान मूल्य रखा जा सकता है, जिसका निर्धारण निर्माता स्वय करता है।

(६) **विक्रय नीति**—विक्रय-नीति भी सुदृढ एव निश्चित होनी चाहिए। वस्तुओं का मूल्य निर्धारण करते समय बडी सावधानी रखनी चाहिए। मूल्य ऐसा हो जिसमे थोडा स्थायित्व हो। ग्राहको को आकर्षित करने के लिये समय-समय पर उनको उपहार देते रहना चाहिये तथा उत्सवो पर कम मूल्य मे विक्रय (Sale at Reduced Rates) का आयोजन होना चाहिये। साख नीति भी ऐसी होनी चाहिए जिससे न्यूनतम अशोध्य-ऋण (Bad Debts) हो। वस्तु का पैकिंग भी देखी तथा

अन्तर्राष्ट्रीय पद्धति के अनुसार (जैसा आवश्यक हो) होना चाहिए। पैकिंग ऐसा किया जाय जिससे कि वस्तु सुगमता से एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजी जा सके तथा मार्ग में किसी प्रकार की खराबी न हो।

(III) साख-नियन्त्रण

(१) साख नीति—वर्तमान व्यापारिक व्यवहारों में बिना साख के अथवा बिना उधार के दिये काम नहीं चल सकता, अतएव इस सम्बन्ध में एक निश्चित नीति अपनानी चाहिये। ऐसी दशा में जिस राशि तक प्रत्येक ग्राहक को साख दी जाय, उसकी अधिकतम अवधि कितनी हो आदि बातों का निर्धारण यथा-विधि कर लेना चाहिये। अधिक मात्रा तक साख न बढ़े तथा रोकड़ शीघ्र प्राप्त होती रहे, इसलिये व्यापारीगण प्रायः रोक अपहार (Cash discount) देते हैं।

उधार माल बेचने में दो बातों का ध्यान रखना चाहिये। प्रथम तो यह कि जिस ग्राहक को उधार माल दिया जाता है उसके विषय में यह पता लगाना चाहिये कि वह साख का दुरुपयोग तो नहीं कर रहा है तथा जो अवधि उसने निश्चित की है उसके भीतर ही वह भुगतान करता है? इन प्रश्नों के हल के लिये प्रत्येक माह के अन्त में ऐसे साख वाले व्यक्ति का हिसाब छाँटकर तैयार कर लेना चाहिए।

(२) आर्थिक स्थिति के विषय में छान-बीन—नये ग्राहक को साख सुविधा देने के पूर्व उसकी आर्थिक स्थिति के विषय में खूब छान-बीन कर लेनी चाहिये। ऐसी दशा में आर्थिक स्थिति का ज्ञान प्राप्त करने की अनेक रीतियाँ हैं—(i) अपने व्यापारी मित्र को जो उसी नगर में रहता हो, उस ग्राहक के विषय में जानकारी प्राप्त करने के लिए लिखना चाहिए। यह बड़ा सरल एवं श्रेष्ठ उपाय है। (ii) अपने संभाव्य ग्राहक से ऐसे दो व्यक्तियों के नाम पूँछ लेना चाहिए जो उसी नगर में रहते हों तथा जिनके द्वारा पूर्ण जानकारी मिल सके। फिर उन व्यक्तियों (Referees) को गोपनीय पत्र लिखकर आर्थिक स्थिति का ज्ञान प्राप्त किया जा सकता है। (iii) संभाव्य ग्राहक के बैंकर्स के द्वारा भी उसकी आर्थिक स्थिति का पता लगाया जा सकता है। (iv) यदि वह ग्राहक किसी व्यापारिक संघ का सदस्य है तो उस संघ द्वारा भी उसके सम्बन्ध में जानकारी प्राप्त की जा सकती है। (v) उन्नतिशील नगरों में कुछ ऐसी संस्थायें होती हैं (Information Bureaus) जो कुछ पारिश्रमिक लेकर किसी व्यापारी के विषय में जानकारी प्रदान करती हैं, अतः उनसे भी ऐसे ग्राहकों की साख के विषय में जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

(३) साख सीमा का निर्धारण—प्रत्येक थोक व्यापारी के यहाँ एक साख विभाग होता है जिसकी अनुमति से ही किसी ग्राहक का साख लेखा खोला जाता है। प्रत्येक साख वाले ग्राहक के लेखे के ऊपर रुपए तथा समय की सीमा का स्पष्ट उल्लेख कर देना चाहिए।

(४) वसूली के पत्र—साख की निश्चित अवधि व्यतीत हो जाने पर उस ग्राहक को सूचना भेजनी चाहिए फिर सुनवाई न होने पर रिमाइन्डर डालना

चाहिए और फिर भी यदि भुगतान न हो तो वैधानिक कार्यवाही के लिए सचेत कर देना चाहिए।

(IV) रोकड़ पर नियन्त्रण

(१) उत्तरदायी व्यक्ति की नियुक्ति—रोकड विभाग एक उत्तरदायी एव विश्वासपात्र व्यक्ति के अधीन होना चाहिए। इस विभाग का निरीक्षण थोक व्यापारी को स्वय समय-समय पर करते रहना चाहिए।

(२) अंकेक्षक की नियुक्ति—बड़े पैमाने पर व्यापार होने की दशा मे लेखा कर्म एवं रोकड विभाग के निरीक्षण तथा आन्तरिक जाँच के लिए अंकेक्षक भी नियुक्त किए जा सकते हैं।

(३) रोकडिया पर प्रतिबन्ध—इस विभाग पर समुचित नियन्त्रण रखने के लिए रोकडिया अथवा कोषाध्यक्ष पर कुछ प्रतिबन्ध लगा देना चाहिए उदाहरणार्थ, (i) कोषाध्यक्ष को लेखा-पुस्तकों या हिसाब की प्रमुख पुस्तकों को देखने पर प्रतिबन्ध रखना चाहिए। (ii) समस्त पत्र किसी उत्तरदायी व्यक्ति द्वारा खोले जाने चाहिए। (iii) जितने भी भुगतान चैक अथवा ड्राफ्ट द्वारा हो उन सब प्रलेखों को रेखांकित होना अनिवार्य है। फर्म मे आने वाले प्रलेखो को भी प्राप्त होते ही रेखांकित कर देना चाहिए। तथा उन पर 'Not Negotiable' शब्द लिख देना चाहिए। (iv) जितनी भी राशि समय-समय पर रोकडिया प्राप्त करे, उसके लिए रसीद दी जानी चाहिए, जिसकी तीन प्रतिलिपियाँ हो, जिसमे से मूल प्रतिलिपि भुगतान देने वाले को, दूसरी लेखा-कर्म विभाग को भेजनी चाहिए तथा तीसरी भावी सन्दर्भ के लिए रोकडिया के पास रहनी चाहिए। (v) रसीद पर रोकडिया के अतिरिक्त लेखपाल अथवा किसी अन्य उत्तरदायी अधिकारी के भी हस्ताक्षर होने चाहिए। (vi) इसी प्रकार फर्म की ओर से जितने भी भुगतान किए जायें उनके लिए लेखपाल तथा व्यापार-प्रमुख की स्वीकृति होनी चाहिए। (vii) समय-समय पर हस्तस्थ रोकड पुस्तक के साथ मिलान भी कर लेना चाहिए। (viii) प्राय सभी भुगतान चैक द्वारा करने चाहिए, जिससे भुगतान का एक मान्य लिखित प्रमाण रहे। (ix) प्रतिदिन प्राप्त हुई रोकड भी उसी दिन बैंक मे भेज देनी चाहिए।

(V) व्यय पर नियन्त्रण

व्यापार की सफलता के लिए व्यय पर नियन्त्रण रखना नितान्त आवश्यक है।

(१) सारिणियाँ व रेखाचित्र—इसके लिए क्रय, विक्रय, स्टोर, व्यय आदि बातों से सम्बन्धित तालिकायें, सारिणियाँ तथा रेखा-चित्र (Graphs) बनाए जा सकते हैं। चित्र द्वारा आँकडों को प्रदर्शित करना सारिणी बनाने से अधिक आकर्षक होता है।

(२) रिपोर्ट—बडे-बडे व्यापार-गृहो मे प्रत्याय तथा रिपोर्टों (Returns and Reports) की पद्धति द्वारा बजट-नियन्त्रण या वैज्ञानिक आर्थिक प्रबन्ध

नियोजित किया जाता है। इसके द्वारा व्यापार के प्रत्येक विभाग की झाँकी भली प्रकार हो जाती है।

(३) बजट सम्बन्धी नियंत्रण—बजट सम्बन्धी नियन्त्रण स्थापित करने के लिए यह आवश्यक है कि आगामी वर्ष के विक्रय का अनुमान लगाया जाय। ऐसी भविष्यवाणी के लिए बाजार की परिस्थिति का अच्छा ज्ञान होना चाहिए। विक्रय के अनुमान पर ही प्रत्येक विभाग का व्यय एवं कार्यक्रम निश्चित किया जा सकता है, उसमे विज्ञापन का व्यय भी जोड़ा जा सकता है तथा क्रय एवं उत्पादन के व्यय का भी उल्लेख किया जा सकता है। इसके साथ ही किराया, दर तथा कर एवं कार्यालय आदि मे होने वाले व्यय को भी शामिल कर लेना चाहिए। इस प्रकार कुल व्यय का अनुमान लगाकर यह निश्चित किया जा सकता है कि व्यापार में कहाँ तक व्यय पूरा हो सकता है एवं वस्तु का मूल्य किस सीमा तक कम किया जा सकता है?

(II) फुटकर व्यापारी
(Retail Trader)

फुटकर व्यापारी कौन है?—फुटकर व्यापारी वह कहलाता है, जो थोक व्यापारियों से वस्तुयें लेकर छोटी-छोटी मात्रा मे उपभोक्ताओं को बेचता रहता है। यह बाजार मे क्रय-विक्रय करने की अन्तिम कड़ी है। इसके निम्न लक्षण हैं :—

(१) वह छोटी मात्रा मे वस्तुयें खरीदता तथा बेचता है।
(२) वह बहुधा अनेक प्रकार की वस्तुओं मे व्यापार करता है।
(३) वह उपभोक्ताओं को माल बेचता है।

थोक व्यापारी और फुटकर व्यापारी मे अन्तर—थोक व्यापारी और फुटकर व्यापारी मे अन्तर इस प्रकार स्पष्ट किया जा सकता है —

थोक व्यापारी	फुटकर व्यापारी
(१) यह उत्पादकों से खरीदकर फुटकर व्यापारियों को बेचता है अर्थात् इसका बेचा हुआ माल पुन बिकता है।	(१) यह थोक व्यापारी से खरीद कर उपभोक्ताओं को बेचता है। अर्थात् इसका बेचा हुआ माल पुन नहीं बिकता।
(२) यह बड़ी मात्रा मे माल खरीदता और बेचता है।	(२) यह छोटी मात्रा मे माल खरीदता और बेचता है।
(३) यह बहुधा कुछ विशेष वस्तुओं मे व्यापार करता है।	(३) यह बहुधा बहुत प्रकार की वस्तुओं मे व्यापार करता है।
(४) यह व्यापार उधार अधिक और नकद कम करता है।	(४) यह बहुधा नकद व्यापार करता है।

(५) इसका काम बहुत से स्थानो और शहरो मे फैला होता है ।	(५) यह साधारणत एक ही स्थान में काम करता है ।
(६) थोक व्यापारी का विक्रय-कला मे अधिक चतुर होना आवश्यक नही।	(६) फुटकर व्यापारी को प्रभावपूर्ण विक्रय मे चतुर होना चाहिए ।
(७) इसमे अधिक पूँजी चाहिए ।	(७) इसमे अधिक पूँजी की आवश्यकता नही होती है ।

फुटकर व्यापारी की सेवायें और कार्य

(I) थोक व्यापारी के प्रति

फुटकर व्यापारी थोक व्यापारियो और उत्पादको को ग्राहको की आवश्यकता, रुचि, रीति-रिवाज और फैशन का ज्ञान कराया करते हैं और उन्हे बतलाते हैं कि किस मूल्य और किस्म की वस्तुये ग्राहको मे अधिक बिकने की आशा की जा सकती है। इसकी सम्मति के आधार पर ही उत्पादक एव थोक व्यापारी अपना कार्य बढ़ाते हैं।

(II) उपभोक्ताओं के प्रति

(१) थोडी-थोडी मात्रा में वस्तु सप्लाई करना—उपभोक्ता अपनी आवश्यकता की वस्तु अधिक मात्रा मे नहो खरीदते। उनके पास न तो सग्रह करने के साधन ही होते हैं और न वह संग्रह करना ही चाहते हैं। अत फुटकर व्यापारियो के न होने पर उन्हें बडी कठिनाई का सामना करना पडता है। उन्हे थोडी वस्तु के लिए बार-बार थोक व्यापारियो के पास जाना पडता है।

> **फुटकर व्यापारी की मुख्य सेवायें**
>
> १. थोक व्यापारी के प्रति :
> माँग एवं मूल्य सम्बन्धी जानकारी देना।
>
> २ उपभोक्ताओं के प्रति :
> (१) थोडी-थोडी मात्रा में वस्तु सप्लाई करना।
> (२) स्थान-स्थान पर दुकान खोलना।
> (३) तरह-तरह की वस्तुओं का संग्रह।
> (४) माँग का अध्ययन करना।
> (५) साख की सुविधा देना।

(२) स्थान-स्थान पर दुकान खोलना—फुटकर व्यापारी स्थान-स्थान पर दुकान खोलकर उपभोक्ताओ को बहुत सहायता पहुँचाते हैं। कभी-कभी तो उपभोक्ताओ को घरसे बाहर निकलने की आवश्यकता नही पडती, उनके घर पर ही सामान की बिक्री फेरीवाले कर जाते हैं। फुटकर व्यापारी ग्राहको की माँग को जो अधिक मात्रा में नहीं होती, पूरा करते हैं। वे बहुत से उत्पादको और निर्माताओ का सामान अपने यहाँ रखते हैं जिससे उनके ग्राहको को इच्छानुसार माल छाँट लेने में सुविधा होती है।

(३) तरह-तरह की वस्तुओं का संग्रह—ये लोग तरह-तरह की वस्तु अपने यहाँ संग्रह करके रखते हैं ताकि ग्राहकों की निगाह उन पर पड़ जाय और वस्तुओं की सजावट उनको दुकान तक खींच लाय। ताजी तरकारी तथा फल आदि उपभोक्ताओं को इनके द्वारा मिल जाते हैं।

(४) मांग का अध्ययन करना—फुटकर व्यापारी अलग-अलग बस्तियों में अलग-अलग व्यक्तियों की मांगों का अध्ययन करके उसी प्रकार का सामान मंगा कर विक्रय करते हैं। प्राय गांवों में हम देखते हैं कि एक ही दुकान होती है, जिसमें वहाँ के रहने वालों की आवश्यकता की लगभग सभी वस्तुयें प्राप्त हो जाती हैं। इसी प्रकार नगरों में धनी वर्ग के रहने के स्थान पर व्यापारी ऐसा सामान बेचते हैं, जिनकी उन्हें आवश्यकता होती है। वे हर मौसम का सामान अपने यहाँ रखते हैं और इस बात का बहुत ध्यान रखते हैं कि हर मौसम पर उनके यहाँ उस अवसर की मांगों का सामान भरा रहे।

(५) उधार की सुविधा—अक्सर फुटकर व्यापारी अपने ग्राहकों को उधार सामान देते हैं। थोक-व्यापारी से इन व्यापारियों के ग्राहक अधिक अस्थायी होते हैं। फिर भी व्यापार करते रहने के कारण अपने कुछ ग्राहकों को खूब जान जाते हैं और उनको उधार सामान देने में नहीं हिचकिचाते।

फुटकर व्यापार की सफलता के लिये आवश्यक तत्व

एक फुटकर व्यापारी की सफलता के लिए उसमें निम्न गुणों का होना परमावश्यक है —

(१) पर्याप्त पूंजी—पूंजी व्यापार की आधारशिला है, अतएव व्यापार प्रारम्भ करने से पूर्व पर्याप्त पूंजी का होना नितान्त आवश्यक है। पूंजी के अभाव में वह कभी भी सफल नहीं हो सकता। प्रारम्भ में जिस व्यापारी की कोई साख नहीं होती उसके लिए तो पर्याप्त पूंजी का होना अनिवार्य है अन्यथा सफलता उससे कोसों दूर रहेगी। जिस व्यापारी की साख अच्छी होती है वह अन्य लोगों अथवा संस्थाओं से ऋण भी ले सकता है, किन्तु जहाँ तक सम्भव हो निजी पूंजी का ही प्रयोग करना चाहिए, क्योंकि ऋण लेने की दशा में ब्याज भी देना पड़ता है। यदि ऋण लेना आवश्यक ही हो तो सोच-विचार कर लेना चाहिये। निज की पूंजी से अधिक कभी ऋण न लेना चाहिए।

> **फुटकर व्यापारी की सफलता के लिए आवश्यक चार बातें**
>
> (१) पर्याप्त पूंजी।
> (२) उपयुक्त स्थान।
> (३) व्यापारिक ज्ञान।
> (४) विज्ञापन।

(२) उपयुक्त स्थान—फुटकर व्यापारी की सफलता बहुत कुछ संस्था की स्थिति पर निर्भर करती है। दुकान की ऐसी स्थिति हो, जिसके

निकट उपभोक्ताओ का समूह रहता हो एवं अधिक से अधिक संख्या मे ग्राहक आते-जाते हो। किसी चौराहे अथवा नगर के मध्य मे संस्था का स्थापित करना अति उत्तम है, क्योंकि ऐसे स्थान पर अधिक से अधिक ग्राहको के आने की संभावना रहती है। स्थिति के लाभ की अपेक्षा दुकान का किराया किसी भी दशा मे अधिक नही होना चाहिए।

(३) व्यापारिक ज्ञान—व्यापार में सफलता पाने के लिये यह भी नितान्त आवश्यक है कि उस अमुक व्यापारी को वाणिज्य-शिक्षा का अच्छा ज्ञान हो। आर्थिक एवं वाणिज्य भूगोल के ज्ञान से उसको बडी सहायता मिलेगी। उसके अध्ययन से उसको यह ज्ञान हो जायगा कि अमुक वस्तु प्राप्त करने के लिए स्रोत कहाँ-कहाँ हैं। अर्थशास्त्र के ज्ञान से मार्ग के निर्धारण मे उसे अधिक कठिनाई न होगी। शिक्षित होने के साथ-साथ व्यवहार कुशल भी होना चाहिये। उसको एक ऐसे सुगन्धित पुष्प की भाँति होना चाहिये कि भ्रमर रूपी ग्राहक स्वत खिंचे चले आवें। ग्राहकों को सन्तुष्ट करने की कला (विक्रय-कला) में उसे पूर्ण दक्ष होना चाहिये।

(४) विज्ञापन अधिक से अधिक मात्रा मे ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए उसे विज्ञापन का प्रयोग करना चाहिए। विज्ञापन के प्रकार, संस्था के आकार-प्रकार पर निर्भर करते हैं। इस सम्बन्ध मे हम अगले अध्याय मे विस्तार से प्रकाश डालेंगे।

फुटकर व्यापार का वर्गीकरण

फुटकर व्यापारियो को हम निम्न वर्गों मे बाँट सकते हैं :—

(I) फेरी वाले व्यापारी।

(II) साधारण दूकानें—सामान्य और विशेष।

(III) बडे पैमाने पर काम करने वाली आधुनिक संस्थाये।

- (अ) विभाजित स्टोर,
- (आ) बहुसंख्यक दूकानें,
- (इ) डाक द्वारा व्यापार करने वाले,
- (ई) एक मूल्य की दूकानें,
- (उ) सहकारी संस्थायें।

(I) फेरी वाले व्यापारी

ये व्यापारी अपनी वस्तुयें बेंहगियो पर, ठेलों मे, पलडो मे, सिरो पर कन्धों अथवा कोने लटकाये हुए गाँव-गाँव और मुहल्ले-मुहल्ले मे बेचते हैं। घरो के दरवाजो पर, रेल के डिब्बो मे, सडक की पटरियो पर, गलियो के मोडो पर एव भीड के स्थानो पर अपनी वस्तुयें बेचते हैं। ये अपने साथ उतनी ही वस्तुयें रखते हैं, जो दिन भर मे बिक सकें। कपडे, बर्तन, बिसातखाने का सामान, मिठाइयाँ, कुल्फी, कम्बल आदि इनकी विक्रय सामग्री हैं। सभी जन-साधारण इनमे वस्तुयें क्रय करते हैं।

फेरी वाले व्यापारी के गुण

(१) कम पूंजी की आवश्यकता—इन्हें कम पूंजी की आवश्यकता होती है, क्योंकि दिन भर की बिक्री का माल और बाँट तराजू आदि से ही इनका काम चल जाता है। दुकान तो इन्हें किराये पर लेनी ही नहीं पड़ती है। ये स्वयं ही सारा कार्य करते हैं। इस प्रकार इनका व्यय कम होता है।

(२) घर पर वस्तु की सप्लाई—ये ग्राहकों के घर तक वस्तु पहुँचा देते हैं।

फेरी वाले व्यापारी के दोष

(१) सीमित ग्राहक—मुख्यत स्त्री और बच्चे ही इनसे सामान खरीदते हैं, जो घरों से बाहर कम निकलते हैं।

(२) अधिक मूल्य—वे वस्तुयें बाजार भाव से कुछ अधिक मूल्य पर ही बेचते हैं।

(३) ग्राहकों को आकर्षित करने मे कठिनाई—वे ग्राहकों को भली प्रकार आकर्षित नहीं कर पाते, क्योंकि वे स्थिर होकर तो रहते नहीं।

(४) घटिया किस्म का माल—उनसे माल भी प्राय. ठीक नहीं मिल पाता।

इस प्रकार का व्यापार छोटी-छोटी वस्तुओं तक ही सीमित है।

(II) साधारण दूकानें

फुटकर व्यापार अधिकतर इन्हीं दुकानों द्वारा होता है। काम की मात्रा के अनुसार इन्हें बड़ी और छोटी दूकानों मे बाँटा जा सकता है। जितनी बड़ी दुकान होती है उतनी ही अधिक पूंजी और सजावट होना आवश्यक है। ये प्राय गलियों, कूचों तथा सड़कों पर दूकान खोल लेते है। कुछ तो अनेक वस्तुयें क्रय-विक्रय करते हैं, परन्तु पुस्तक, सोने-चांदी आदि के व्यापारी केवल इनमें ही व्यापार करते हैं। ऐसे दुकानदारों का तो एक बाजार अलग से ही स्थापित हो जाता है। ये प्राय अपने धन से ही दूकान चलाते है और आवश्यकता पड़ने पर अपना कोई साझीदार भी बना लेते हैं।

साधारण दूकानों के गुण-दोष

गुण—(१) इनमे अधिक अच्छा माल मिलता है। यदि वस्तु खराब निकले तो ग्राहक को वापिस करने मे सुविधा रहती है। (२) ये ग्राहकों को आकर्षित कर सकते हैं। (३) स्त्री, बच्चे, बड़े-बूढ़े सभी इनमे माल खरीदते हैं। राजा से रंक तक इनमे क्रय-विक्रय करते हैं। (४) इनका थोड़ी पूंजी से काम चल जाता है।

दोष—(१) इनका कार्य-क्षेत्र सीमित होता है, क्योंकि इनको प्राय पूंजी प्राप्त करने मे कठिनाई होती है।

साधारण दूकान लगाने वाले फुटकर व्यापारियों का संगठन

साधारण दुकान लगाने वाले फुटकर व्यापारी को अपने व्यापार का संगठन करते समय निम्न बातों पर विशेष रूप से ध्यान देना चाहिए —

साधारण दुकान लगाने वाले फुटकर व्यापारियों के संगठन से सम्बन्धित मुख्य बातें

१. व्यापार स्थान का उपयुक्त चुनाव :
दुकान नगर के मध्य मे हो, वस्तु के स्वभाव, प्रतिस्पर्धा आदि का भी ध्यान रखा जाय।

२. वस्तुओं का क्रय :
ख्याति प्राप्त निर्माताओं व थोक व्यापारियों से क्रय; पर्याप्त मात्रा में वस्तुओं का संग्रह; अनावश्यक संग्रह नहीं।

३. दुकान की सजावट :
(१) बाह्य सजावट।
(२) आन्तरिक शोभा।
(३) वस्तुओं पर मूल्य-पत्र।
(४) पर्याप्त स्थान।
(५) मृदुभाषी व चतुर विक्रेता।
(६) सामयिक विज्ञापन।
(७) ग्राहकों को अन्य सुविधायें।

४. मूल्य निर्धारण :
(i) मूल्य उद्देश्य—जनसेवा, (ii) मूल्य प्रतिस्पर्धात्मक हों; (iii) उचित लाभ; (iv) मूल्य परिवर्तनों की अपेक्षा गुणों मे परिवर्तन श्रेष्ठ।

५. गोदाम की उपयुक्त व्यवस्था :
(१) स्थान के प्रयोग में मितव्ययिता।
(२) वस्तुओं की सुरक्षा।
(३) सामयिक सफाई।
(४) ठीक ठीक हिसाब।

६. कुशल कर्मचारी :
(i) रोकड़िया, (ii) भंडारी; (iii) विक्रेता।

(१) व्यापार स्थान—सर्वप्रथम, उसे दुकान के स्थान के विषय मे निर्णय करना चाहिए। जैसा ऊपर सकेत कर चुके हैं, दुकान नगर के मध्य मे होनी चाहिये और उसकी स्थिति ऐसी हो कि आने जाने वाले ग्राहक उसकी ओर अनायास ही आकर्षित हो। स्थान का निर्णय करते समय वह किन वस्तुओ मे व्यापार करेगा, उसके ग्राहक किस बाजार अथवा बस्ती मे अधिक होगे तथा वहाँ प्रतिस्पर्धा की कितनी सम्भावना है, आदि बातों पर पूर्णत. विचार कर लेना चाहिए। उदाहरणार्थ, सब्जी मण्डी के निकट पुस्तकों की दुकान नही खोलनी चाहिए, वरन् विद्यार्थियो के छात्रालय के निकट पुस्तकों की दूकान खोलना श्रेयस्कर होगा। साधारणतः उसको अपनी दुकान उसी क्षेत्र मे रखनी चाहिए, जिस क्षेत्र मे वस्तुओ की अन्य दुकानें हों, जैसे—लश्कर ग्वालियर मे, पुस्तको की दुकान पाटनकर बाजार मे, टोपियो की दुकान टोपी-बाजार मे, लोहे की दुकान लोहिया बाजार मे तथा कपड़े की दुकान गाँधीमार्केट मे होनी चाहिए, क्योंकि ग्राहक मे यह प्रवृत्ति होती है कि वह उसी बाजार से वस्तुयें खरीदता है, जिस बाजार में उस वस्तु का विशेषीकरण हो।

(२) वस्तुओं का क्रय—दुकान के स्थान का निर्धारण करने के बाद वह यह तय करेगा कि अमुक वस्तु कहाँ से खरीदी जाय। उसे समस्त वस्तुयें ऐसे ही थोक-विक्रेताओं अथवा निर्माताओं से क्रय करनी चाहिए जो उन वस्तुओ के लिए ख्याति प्राप्त कर चुके हैं। वस्तुओं का संग्रह पर्याप्त मात्रा मे करना चाहिये।

आवश्यकता से अधिक वस्तुओं का भी क्रय नहीं करना चाहिए। उतनी ही वस्तुओं का संग्रह करना चाहिए जो कि एक नियत अवधि में सुविधा से बेची जा सकें, क्योंकि अधिक काल तक वस्तुयें पड़ी रहने से उनकी दशा खराब हो जाती है तथा उनमें व्यर्थ पूंजी फँस जाती है।

(ग) दुकान की सजावट—एक फुटकर व्यापारी के लिए दुकान की सजावट बहुत महत्त्व रखती है। दुकान भीतर तथा बाहर, दोनों ओर से ही सुशोभित होनी चाहिए। दुकान के सामने ऊपर की ओर साइनबोर्ड लगाना चाहिए तथा बाहर की ओर अत्यन्त आकर्षक ढङ्ग से सजावट करनी चाहिये। रात्रि के समय बहुरंगी प्रकाश करना भी दुकान की शोभा को बढ़ाता है। दुकान के बाहर प्रदर्शनी आलमारियाँ होनी चाहिए, जिनमें अत्यन्त सुन्दरता एवं शोभा के साथ नमूनों का प्रदर्शन होना चाहिए। सजी हुई वस्तुओं पर मूल्य-पत्र भी लगा रहना चाहिए। आलमारियों की शोभा का उस समय तक कोई मूल्य नहीं होता, जब तक दुकान के अन्दर कोई सजावट न हो, अतएव दुकान के अन्दर भी पर्याप्त स्थान होना चाहिए। आन्तरिक शोभा में यह बात विशेष रूप से ध्यान में रखनी चाहिये कि दुकान की प्रत्येक वस्तु ग्राहक की दृष्टि में रहे तथा किसी भी वस्तु के सम्बन्ध में उसे पूछने की आवश्यकता प्रतीत न हो। दुकान के भीतर की आलमारियाँ, खम्भे आदि को आकर्षक ढङ्ग से सुशोभित करना चाहिये। दुकान की आन्तरिक तथा बाहरी शोभा परस्पर पूरक होनी चाहिये। दुकान के अन्दर ग्राहकों की सुगमता तथा वस्तु लेते समय उनके आराम की व्यवस्था का पूरा ध्यान रखना चाहिए। ग्राहक से बातचीत करते समय बड़ी सावधानी की आवश्यकता है। विक्रेता को सदैव प्रसन्न एवं मृदुभाषी होना चाहिये। ग्राहकों को अपने हाव-भाव से लुभाने की कला में स्त्रियाँ अधिक प्रवीण होती हैं, अतः उनको नियुक्त किया जा सकता है। विक्रेता को ग्राहकों से न तो घृणा के साथ बातें करनी चाहिये और न अधिक मक्खन ही लगाना चाहिये, वरन् उसे ऐसी शिक्षा दी जानी चाहिए जिससे वह ग्राहकों के साथ नम्रता, मृदुलता तथा शिष्टवादिता का व्यवहार करता हुआ उसको ओर सदैव आकर्षित रहे।

किसी भी प्रकार के विज्ञापन से दुकान की बाहरी सजावट विज्ञापन का सर्वश्रेष्ठ साधन है। बाहरी सजावट का प्रथम प्रभाव पड़ता है, जो अन्तिम होता है, अतः उससे आकर्षित होकर सम्भाव्य ग्राहक खरीददार बन जाता है, किन्तु इसका यह तात्पर्य नहीं कि विज्ञापन नहीं करना चाहिए। विज्ञापन स्थानीय समाचारों में समय-समय पर देते रहना चाहिये, जिससे जिनको दुकान की जानकारी न हो वे भी दुकान पर आने का कष्ट करेंगे एवं इस प्रकार ग्राहकों की संख्या बढ़ेगी।

इसके अतिरिक्त फुटकर व्यापारी को चाहिए कि वह अपने ग्राहकों को अन्य सुविधायें भी प्रदान करे। ग्राहकों के आते ही पान-सिगरेट-सौंफ से उनका स्वागत करना चाहिये। गर्मियों में ठण्डे जल तथा जाड़ों में चाय की व्यवस्था होनी चाहिए। इस प्रकार की सेवाओं से दुकान की ख्याति बढ़ती है एवं ग्राहक भी अधिक संख्या में

आकर्षित होते हैं। किसी वस्तु का मौसम समाप्त हो जाने पर उसके खुले रूप में बिक्री करनी चाहिए। अप्रचलित तथा खराब माल को कम कीमत में बेचा जा सकता है।

(४) मूल्य निर्धारण—हेनरी फोर्ड के कथनानुसार एक व्यापारी का मूल उद्देश्य केवल अधिकतम लाभ-कमाना ही नहीं, वरन् जन-सेवा करना भी होना चाहिए, अत वस्तु का जो भी मूल्य निश्चित किया जाय, वह उचित होना चाहिए। उचित मूल्य की दशा में विक्रय भी अधिक होगा और जब अधिक बिक्री होगी तो लाभ भी बढेगा। यदि अधिकतम लाभ के उद्देश्य से कोई व्यापारी अधिक मूल्य लेता है, तो ग्राहक दुबारा उसके पास न आवेंगे, परिणामस्वरूप विक्रय कम होगा। दूसरे, यह भी ध्यान रहे कि मूल्य प्रतिस्पर्धात्मक हो तथा उसी प्रकार की अन्य वस्तुओं के मूल्यों में समानता रहनी चाहिए। मूल्य का निर्धारण इस प्रकार होना चाहिए कि दुकान का व्यय निकाल कर कुछ लाभ भी शेष रहे। किसी वस्तु का मूल्य-निर्धारण सदैव ग्राहकों द्वारा स्वाभाविक रूप से चुकाये जाने वाले मूल्य को देखकर ही करना चाहिए। सम्भवतः यदि परिस्थितियाँ स्वीकृति दें, तो वस्तुओं के प्रचलित मूल्य में परिवर्तन करने की अपेक्षा उनके गुणों में परिवर्तन करना अधिक श्रेष्ठ होता है।

(५) गोदाम या भण्डार—प्रत्येक फुटकर व्यापारी को एक साधारण गोदाम की भी व्यवस्था करनी पडती है, जहाँ वह अपने व्यापार के लिये आवश्यक वस्तुओं का संग्रह करता है। वस्तुओं को वहाँ इस प्रकार सजाकर रखना चाहिए कि स्थान और समय को पर्याप्त बचत हो तथा वस्तुयें सुरक्षित भी रहें। चूहे, दीमक आदि वस्तुओं को हानि न पहुँचावें, इस सम्बन्ध में पूर्ण सावधानी रखनी चाहिए। भण्डार की सामयिक सफाई होनी चाहिए तथा उसकी सब वस्तुएँ यथासमय आलमारियों से निकाल कर भली प्रकार साफ कर लेना चाहिये। वस्तुओं को अत्यन्त सावधानी से रखना अथवा निकालना चाहिए। भण्डार में रक्खी हुई वस्तुओं के लिए, एक पुस्तक में ठीक-ठीक हिसाब रखना चाहिए।

(६) कर्मचारी—व्यापार के आकार-प्रकार के अनुसार फुटकर विक्रेता को कर्मचारियों की नियुक्ति करनी पडती है। साधारणत. फुटकर विक्रेता के यहाँ एक रोकडिया या मुनीम होता है, जो रोकड सम्बन्धी व्यवहार करता है तथा लेखे आदि रखता है। दूसरा भण्डारी होता है जो भण्डार की व्यवस्था करता है तथा माल का क्रय, उसकी प्राप्ति आदि करता है और तीसरा विक्रेता होता है जो ग्राहकों से व्यवहार करता है।

(III) बडी मात्रा में फुटकर व्यापार

वर्तमान युग में बहु प्रमाण पर फुटकर व्यापार करने का बडा बोलबाला है। बहुधा बहुपरिमाण में फुटकर व्यापार करने वाली दुकानें दो रूप में पाई जाती हैं—(अ) वैभागिक भण्डार तथा (ब) बहु-विक्रयशालायें। इङ्गलैंड तथा अमेरिका में बहु-

प्रमाण पर व्यापार करने वाले ऐसे फुटकर व्यापारी अनेक हैं। गत कुछ वर्षों मे भारत मे भी इनकी प्रगति देखी जाती है। हमारे देश मे जो बडे फुटकर विक्रेता हैं, वे मुख्यत विदेशी हैं, जैसे—सर्वश्री ह्वाइटवे लेडलॉ अथवा हॉल एण्ड एण्डर्सन, कलकत्ता आदि। भारतीय स्वामित्व एव प्रबन्ध के अन्तर्गत कार्य करने वाला इस प्रकार का एक मात्र सार्थ टी० वॉकर एण्ड कम्पनी, बम्बई है। दूसरा, उल्लेखनीय सार्थ कानपुर मे के० जी० ठाकुरदास एण्ड सन्स है। तीसरे, डिपार्टमैण्टल क्लाथ स्टोर, नासिक भी एक महत्वपूर्ण सस्था है।

बहु-प्रमाण फुटकर व्यापार क्यों ?

बडी मात्रा मे फुटकर व्यापार करने वाले लोगों की संख्या मे प्रगति के कुछ महत्वपूर्ण कारण इस प्रकार हैं —

(१) व्यवसाय के केन्द्रीयकरण में आर्थिक लाभ—बहु-प्रमाण मे फुटकर व्यापार करने वाले गृह प्राय अपने व्यवसाय का केन्द्रीयकरण करना आर्थिक दृष्टि से अधिक उपयुक्त समझते हैं। अधिक मात्रा मे वस्तुयें खरीदने से वे सुगमता से तथा सस्ती मिल जाती हैं क्योंकि थोक व्यापारी तथा उत्पादकगण सदैव अधिक मात्रा में वस्तुयें भेजते समय ऐसे फुटकर विक्रेताओं को कुछ अधिक सुविधायें देते हैं, जैसे अधिक कमीशन मिलना आदि।

> **बहु-प्रमाण मे फुटकर व्यापार क्यों ?**
> (१) व्यवसाय के केन्द्रीयकरण से आर्थिक लाभ।
> (२) पर्याप्त पूंजी की सुविधा।
> (३) विक्रय सेवाओं मे कुशलता।

(२) पूंजी की सुविधा—बहु-प्रमाण फुटकर विक्रेता के पास पूंजी भी अधिक होती है, अत वे विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का सग्रह करने मे समर्थ हो सकते हैं। ग्राहकों को भी वस्तुओं के चुनाव मे अधिक सुविधा होती है, इससे ग्राहक अधिक संख्या मे आकर्षित होते हैं।

(३) विक्रय सेवाओं में कुशलता—ग्राहकों को वह अधिक कार्यक्षम विक्रय सेवाओं द्वारा अधिकाधिक सुविधायें दे सकता है तथा किसी वस्तु विशेष मे विशिष्टीकरण प्राप्त कर सकता है, जिससे उसकी ख्याति बढ़ती है। विज्ञापन आदि पर भी वह अधिक व्यय कर सकता है, क्योंकि उसकी पूंजी भी अधिक होती है एव ग्राहक-सख्या भी।

अब हम बहु-प्रमाण व्यापार के स्वरूपों की विस्तृत विवेचना करेंगे।

(अ) वैभागिक अथवा विभागीय भण्डार
(Departmental Store)

परिभाषा एवं उद्देश्य

जैसा कि इसके नाम से ही स्पष्ट है, वैभागिक भण्डार से आशय एक ऐसी विशाल दूकान से है, जिसमें कितने ही विभाग हों, और जो पृथक-पृथक किसी विशेष

वस्तु का व्यवसाय करते हैं। अन्य शब्दों मे यह एक ऐसी पद्धति है जिसमें विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का व्यापार करने वाली कितनी ही दुकानें एक ही स्थान पर तथा एक ही नियन्त्रण मे रहती हैं। इसका प्रमुख उद्देश्य यह है कि सुई से लेकर रेडियो तथा मोटर आदि तक सभी वस्तुएँ उपभोक्ताओं को एक ही स्थान पर उपलब्ध हो जायें। उदाहरण के लिए, एक ही दुकान मे निम्न विभिन्न विभाग हो सकते हैं शृंगार-वस्तु विभाग, चर्म वस्तु विभाग, घडी विभाग, सूती-ऊनी तथा रेशमी वस्त्र विभाग, टेलरिंग विभाग, साइकिल विभाग, मोटर विभाग आदि, यही नहीं ग्राहक की सुविधा के लिए भण्डारो मे केश कर्तनालय, शौचालय, स्नानागार, जलपान-गृह तथा विश्राम-गृह भी होते हैं, जहाँ पर ग्राहक आराम कर सके तथा शान्ति से बैठकर पत्र-व्यवहार कर सकें। विदेशो मे विभागिक भण्डार पोस्ट-आफिस की भी सुविधायें देते हैं। ये भण्डार अपने ग्राहकों से टेलीफोन पर आर्डर लेकर उनकी इच्छित वस्तुये उनके घर तक पहुँचाने का भी प्रबन्ध करते हैं।

विशेषतायें

एक उन्नत व सफल विभागीय भण्डार मे निम्न विशेषतायें होनी चाहिए —

(१) **स्थिति तथा स्थान**—ऐसे भंडार किसी भी नगर के ऐसे बाजार मे स्थापित किये जाने चाहिए जो सबसे अधिक आकर्षक तथा फैशन से परिपूर्ण हो एव जहाँ धनी तथा विलासप्रिय व्यक्ति अधिकता से रहते हो। ऐसे भवनों की बनावट इतनी सुन्दर व बाहरी प्रभाव मे इतनी चुम्बकीय शक्ति होनी चाहिये कि मनुष्य स्वय ही इस प्रकार प्रभावित होकर आ जाय, जैसे भँवरा कमल के पास आता है। इसमे पर्याप्त स्थान होना चाहिए। इन भण्डारो मे विश्रामगृह, जलपानगृह, वाचनालय लेखागृह, सूचनालय, डाकघर, टेलीफोन तथा तार घर का भी उत्तम प्रबन्ध रहता है। कुछ भण्डारो मे तो भाषण, प्रदर्शन, नाच-गाने का कार्यक्रम, चलचित्र प्रदर्शन तथा गीत-नाट्य एव साधारण नाटकों का भी प्रबन्ध स्वतन्त्र रूप से सभी के लिए किया जाता है।

प्रत्येक विभाग स्वतन्त्र होते हुए भी एक दूसरे से सम्बन्धित होना चाहिए। इस दृष्टि से प्रत्येक विभाग का काउन्टर अलग-अलग होता है जिन पर वस्तुओं का प्रदर्शन किया जाता है, जिससे जब ग्राहक एक विभाग से दूसरे विभाग मे जाता है, तो उसे स्वय प्रत्येक विभाग की वस्तुओं की जानकारी हो जाती है। प्रत्येक विभाग का द्वार-शोभन भी भली विधि से करना चाहिये, किन्तु इन सब बातो पर विचार करते समय यह भी ध्यान मे रखना चाहिए कि दुकान का किराया इतना अधिक न हो जिसका भुगतान करने मे ही सम्पूर्ण लाभ चला जाय।

(२) **संगठन एव व्यवस्था**—इस प्रकार का व्यापार प्राय सम्मिलित पूँजी वाली कम्पनी द्वारा चलता है। कम्पनी स्वरूप होने के कारण इनकी एक सचालक सभा होती है, जो सामान्य प्रबन्ध नीति का निर्धारण करती है। इन भण्डारों का मुख्य कार्यकर्त्ता ही इनका प्रबन्ध-संचालक (Managing Director) होता है, जो सचालक सभा की ओर से प्रतिदिन की देख-रेख करता है। प्रत्येक विभागीय भण्डार अनेक

वैभागिक या विभागीय भण्डार की मुख्य-मुख्य विशेषतायें

(१) स्थिति तथा स्थान -
धनियों व फैशनप्रिय लोगों के निवास-स्थान के निकट, प्रभावशाली एवं पर्याप्त स्थान वाले भवन, मनोरंजन, डाकघर आदि की व्यवस्था, विभागों के बीच सम्बन्ध, द्वारशोभन।

(२) संगठन एवं व्यवस्था :
कम्पनी स्वरूप, भण्डारों का मुख्य कार्यकर्ता ही प्रबन्ध संचालक, उप-विभाग एवं विभाग व्यवस्थापक, सचिवीय तथा लेखा विभाग।

(३) क्रय-विक्रय
प्रत्येक विभाग को एक निश्चित राशि माह के प्रारम्भ में, विभागों को क्रय की स्वतन्त्रता, अनेक स्त्री-पुरुष विक्रेता, उधार व नगद विक्रय।

(४) विक्रय पद्धति एवं विक्रय लेख
कैश-मीमो (तीन प्रतियों वाले), नगद विक्रय की दशा में ग्राहक को टोकन देना, ग्राहकों के घर माल भिजवाने की व्यवस्था, लेखा पुस्तकों में प्रविष्टियाँ, रोकड़-बिक्री व रोकड़ का मिलान।

(५) कर्मचारी :
कर्मचारी-प्रबन्धक द्वारा भर्ती, योग्य कर्मचारियों की नियुक्ति, पूर्व प्रशिक्षण की व्यवस्था; विभागीय ट्रान्सफर।

(६) भण्डार -
भण्डार रजिस्टर में विस्तृत ब्यौरा; माल का बीजक से मिलान, सामयिक स्टाक लेना।

उप-विभागों में विभाजित होता है और प्रत्येक उप विभाग का एक पृथक 'विभाग-व्यवस्थापक' (Sectional Manager) होता है। प्रत्येक विभाग की सफलता के लिए उसके विभाग व्यवस्थापक उत्तरदायी होते हैं।

सचिवीय विभागों (Secretarial Sections) तथा लेखा विभागों (Accounts Sections) के लिये प्रबन्ध संचालक उत्तरदायी होता है। प्रत्येक विभाग का हिसाब रखने के लिए पृथक-पृथक रोकड़िया तथा लेख-पाल रहते हैं। प्रत्येक विभाग की लेखा पुस्तकें भी अलग-अलग रखी जाती हैं तथा सब विभागों पर होने वाला सामान्य व्यय प्रत्येक विभाग में उनके विक्रय के अनुपातानुसार बाँट दिया जाता है तथा इनके अन्तिम लेखे भी अलग ही बनाये जाते हैं।

(३) क्रय-विक्रय—प्रत्येक माह के प्रारम्भ में विभिन्न विभागों के प्रबन्धकों को एक निश्चित राशि दे दी जाती है, जिसमें उन्हें अपने अपने विभागों में विक्रय के लिए माल क्रय करने का पूर्ण अधिकार होता है। जैसे ही कोई आदेशित माल भंडार में आता है, प्रबन्धक उसकी भली प्रकार जाँच करते हैं और तत्पश्चात् माल का कुछ भाग विक्रय के लिए विभाग में भेज दिया जाता है। प्रत्येक विभाग में अनेक पुरुष तथा स्त्री विक्रेता होते हैं, जिन पर माल के विक्रय का उत्तरदायित्व होता है। ये विक्रेता बड़े कुशल कलाकार होते हैं, क्योंकि ग्राहकों को संतुष्ट करने का भार इन्हीं पर होता है। विभागों में उधार तथा नगद दोनों ही प्रकार से माल बेचा जाता है।

(४) विक्रय पद्धति एवं विक्रय लेख—प्रत्येक विभाग के पास अलग-अलग Cash Memo होती हैं, जिन पर प्रत्येक विभाग के पृथक क्रमांक पडे रहते हैं। प्रत्येक Memo की तीन प्रतियां होती हैं। इसी प्रकार उधार माल का ब्योरा रखने के लिए प्रत्येक विभाग को Credit Memo भी दी जाती है। नकद विक्रय की दशा मे विक्रेता ग्राहक को Cash Memo की दो प्रतियां देता है, जिनमे से एक प्रति रोकडिया रोकड लेकर रख लेता है तथा मूल प्रति ग्राहक को एक टोकन (Token) के साथ लौटा दी जाती है। ग्राहक टोकन द्वारपाल को देकर अपनी वस्तुये अपने साथ ले जाता है। टोकन देने का उद्देश्य यह है कि कोई भी लफगा दुकान से माल चुराकर न ले जा सके। यदि ग्राहक स्वय माल नही ले जाता तो वस्तुये पैकिंग-विभाग मे ग्राहक के नाम व पते के साथ अलग रखदी जाती हैं और जब उस क्षेत्र की वस्तुये एकत्रित हो जाती हैं, तब सायंकाल को वे ग्राहक के घर पहुँचा दी जाती हैं। ऐसी परिस्थिति मे रोकडिया ग्राहक को टोकन नही देता।

उधार माल बेचने की दशा मे ग्राहक को Credit Memo की केवल एक प्रति दी जाती है तथा दूसरी विक्रेता अपने पास ही रख लेता है। साख की सुविधा केवल परिचित एव प्रतिष्ठित व्यक्तियो को ही दी जाती है।

प्रत्येक दिन के अन्त मे प्रत्येक विभाग की रोकड-विक्रय तथा रोकड-प्राप्ति का मिलान किया जाता है तथा प्रत्येक विभाग की लेखा पुस्तकों मे प्रविष्टियां की जाती हैं। Credit Memos भी साख-विक्रय विवरण के लेखा-कर्म विभाग को भेज दिए जाते हैं, जहाँ आवश्यक प्रविष्टियाँ की जाती हैं।

(५) कर्मचारी—वैभागिक भण्डार के विभिन्न विभागो मे काम करने के लिए कर्मचारियों की नियुक्ति एक विशेष व्यक्ति कर्मचारी प्रबन्धक (Personnel Manager) द्वारा की जाती है। उसको यह देखना पडता है कि प्रत्येक विभाग के लिए योग्य कर्मचारी नियुक्त किए जाये तथा उनको अपने विभाग की क्रियाये करने मे कार्यक्षम बनाया जाय। यदि आवश्यकता हो तो उनके पूर्व प्रशिक्षण की भी व्यवस्था की जाये। इसी प्रकार कर्मचारियों को सब विभागो के कार्य मे दक्ष करने के उद्देश्य से उनको एक विभाग मे यथा समय बदल दिया जाता है।

(६) भण्डार—जैसा ऊपर सकेत कर चुके हैं कि विभागीय भण्डार मे एक पृथक भण्डार भी होता है, जहाँ माल का सग्रह किया जाता है। भण्डार मे आने वाला माल तथा प्रत्येक विभाग को भेजा जाने वाला माल सबका विस्तृत ब्योरा एक पृथक रजिस्टर मे भण्डारी (Store-keeper) रखता है। वस्तुओ की प्राप्ति पर बीजक के अनुसार वस्तुयें प्राप्त हुई—यह भण्डारी अपने हस्ताक्षर से लिखकर बीजक को लेखा-कर्म विभाग मे भेज देता है तथा वस्तुओ की प्राप्ति की सूचना विभाग व्यवस्थापक को दे दी जाती है। इस बीजक के आधार पर ही वस्तुओ के विक्रय मूल्य का निर्धारण किया जाता है। समय-समय पर भण्डार की वस्तुओं का स्टॉक भी लिया जाता है।

वैभागिक भण्डार के लाभ

(१) सस्ती व अच्छी वस्तुओं का क्रय—प्राय. ये भण्डार सभी वस्तुओं को अधिक मात्रा में खरीदते हैं, अत अधिक मात्रा में वस्तुओं का क्रय होने के कारण एक तो इन्हे अच्छी वस्तुयें मिल जाती हैं और दूसरे वे सस्ते मूल्य पर भी मिल जाती हैं। इसके अतिरिक्त ये विभिन्न विभागीय वस्तुओं के क्रय के लिए क्रय-विशेषज्ञों की नियुक्ति कर सकते हैं।

> **वैभागिक भण्डारों के गुण-दोष**
>
> गुण ·
> (१) सस्ती व अच्छी वस्तुओं का क्रय।
> (२) विविध किस्मों की उपलब्धि।
> (३) ग्राहकों को सब वस्तुयें एक ही स्थान से मिलने की सुविधा।
> (४) बिक्री मे वृद्धि।
> (५) एक विभाग द्वारा दूसरे विभाग का विज्ञापन।
> (६) व्ययों में बचत।
> (७) विशेषज्ञों द्वारा कार्य का सम्पादन।
>
> दोष :
> (१) मध्यवर्ती स्थिति के कारण दूरस्थ ग्राहकों को असुविधा।
> (२) विशाल पूँजी की आवश्यकता।
> (३) केवल धनी वर्ग द्वारा ही क्रय।
> (४) ग्राहकों की आवभगत मे कमी।
> (५) विविधता के कारण हानि सम्भावना।
> (६) निशुल्क सुविधाओं से व्यय मे वृद्धि।
> (७) केवल धनीमानी ग्राहकों पर ध्यान।
> (८) कुशल कर्मचारियों का अभाव।

(२) विविध किस्मों की उपलब्धि—इन भण्डारो मे एक ही माल की विभिन्न किस्मे मिल सकती हैं, अत ग्राहक को माल पसन्द करने में सुविधा रहती है व उसको अपनी इच्छानुसार पसन्द का माल मिल सकता है।

(३) ग्राहकों को एक ही स्थान पर सब वस्तुयें मिलना—इनमे ग्राहको को बडी सुविधा हो जाती है। प्राय खरीददार को विभिन्न वस्तुओं के लिए भिन्न-भिन्न दूकानों की खाक नही छाननी पडती। उसे एक ही स्थान पर सुई से लेकर मोटर तक मिल सकती है।

(४) बिक्री मे वृद्धि—इस प्रकार के भण्डार अत्यन्त आकर्षक होते हैं, जब कोई ग्राहक एक वस्तु लेता है, उसकी इच्छा होती है कि अन्य वस्तुओं का भी क्रय कर लिया जाय। इस प्रकार इन भण्डारो की बिक्री बहुत बढ जाती है।

(५) एक विभाग द्वारा दूसरे विभाग का विज्ञापन—इन भण्डारो की प्रत्येक विभाग दूसरे विभाग के विज्ञापन का कार्य करता है। जब कोई भी ग्राहक किसी अमुक वस्तु के क्रय के लिये आता है, तो उसके सम्मुख अन्य विभागो की वस्तुयें भी प्रस्तुत की जाती है। ग्राहक विभिन्न विभागो में होकर एक अमुक विभाग मे प्रवेश करता है। इस प्रकार विभिन्न विभागों की सुन्दर-सुन्दर वस्तुयें उसे अपनी ओर आकर्षित करती हैं इससे भी इनकी बिक्री बढ जाती है।

(६) व्ययों में बचत—वस्तुओं के क्रय-विक्रय, व्यवस्थापन एवं विज्ञापन आदि कार्य बहु प्रमाण पर होने के कारण इनके व्यय में मितव्ययिता होती है।

(७) विशेषज्ञों द्वारा कार्य का सम्पादन—इन भण्डारों में प्राय समस्त कार्य विशेषज्ञों द्वारा किये जाते हैं, अत प्रत्येक कार्य सर्वश्रेष्ठ, लाभदायक तथा उच्च कोटि का होता है।

वैभागिक भण्डार की हानियां

उपर्युक्त लाभ होते हुए भी विभागीय भण्डार में निम्न दोष हैं :—

(१) मध्यवर्ती स्थिति के कारण दूर के ग्राहकों को असुविधा—ऐसे भण्डार प्राय शहर के मध्य में स्थित होते हैं, जहां पर दूर के ग्राहक का जाना सम्भव नहीं होता, इस कारण वे अपने निजी क्षेत्र की दूकानों से ही अपनी आवश्यकताओं की सन्तुष्टि कर लेते हैं क्योंकि छोटा फुटकर विक्रेता ग्राहकों को अधिक सुविधायें देता है।

(२) विशाल पूंजी की आवश्यकता—इनके लिये आकर्षक विशाल भवन की आवश्यकता होती है, बड़ी मात्रा में पूंजी तथा माल की जरूरत पड़ती है तथा अनेक कर्मचारियों की नियुक्ति करनी पड़ती है। साधारण व्यक्ति के लिये प्रायः इतनी पूंजी एकत्रित करना कठिन हो जाता है।

(३) केवल धनी वर्ग द्वारा ही क्रय—इस प्रकार के व्यापार में प्राय व्यय अधिक होने के कारण वस्तुओं का मूल्य अधिक बढ़ जाता है, अत क्रेताओं की संख्या भी कम होती है, केवल धनी वर्ग ही यहाँ आने का साहस कर सकते हैं।

(४) ग्राहकों की आवभगत में कमी—ऐसे भण्डारों को सदैव लाभ नहीं होता। ये ग्राहकों की आवभगत उतनी मात्रा में नहीं करते, जितनी कि फुटकर विक्रेता किया करता है। इसका बड़ा बुरा प्रभाव पड़ता है। एक बार जाने के बाद ग्राहक पुन वहाँ जाने का नाम भी नहीं लेते।

(५) विविधता के कारण हानि की संभावना—कुछ विभाग ऐसे होते हैं जिन्हें विविधता बनाये रखने के लिए हानि पर ही चलाया जाता है, इस प्रकार लाभ में कमी आती है।

(६) नि शुल्क सुविधाओं से व्यय में वृद्धि—इन विभागों में अनेक नि शुल्क सुविधायें दी जाती हैं, जिनसे व्यय और भी बढ़ जाता है तथा लाभ की मात्रा घट जाती है।

(७) केवल धनी मानी ग्राहकों पर ध्यान—इनमें केवल धनी-मानी ग्राहकों की ओर ही ध्यान दिया जाता है, छोटे-मोटे ग्राहकों की चिन्ता नहीं की जाती, अतएव वे यहाँ आना भी पसन्द नहीं करते।

(८) कुशल कर्मचारियों का अभाव—अधिक पूंजी के अतिरिक्त इन भण्डारों के लिये अधिक कार्य कुशलता की भी आवश्यकता होती है यही कारण है कि हमारे देश में ऐसे भण्डार अधिक प्रचलित नहीं हैं।

(अ) बहु-विक्रयशालायें अथवा शृंखलाबद्ध दुकानें
(Multiple or Chain Shops)

परिभाषा

बहु-विक्रयशालाओं या शृंखलाबद्ध भण्डारो की प्रणाली व्यापार की वह पद्धति है जिसमे बहुत सी दुकानें एक ही प्रबन्ध के अन्तर्गत एक ही प्रकार का सामान विक्रय करती हैं। इसका उद्देश्य सब मध्यस्थो को हटाकर उपभोक्ता से प्रत्यक्ष सम्बन्ध स्थापित करना होता है। दुकानें बडे शहर के कई भागो मे तथा राज्य या देश के विभिन्न नगरो मे खोली जाती हैं। इन दुकानो मे केवल वही वस्तुये बिकती हैं जो इनका सूत्रधार उत्पादक बनाता है। ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये कुछ अन्य वस्तुयें भी रखी जाती हैं। इन दुकानो मे एकसी सजावट, एकसी किस्म तथा समान मूल्य एव समान व्यवस्था पाई जाती है। इस समानता के ही कारण ग्राहक स्वभाविक रूप से इनकी ओर आकर्षित हो जाते हैं। हमारे देश मे इस प्रणाली के सर्वश्रेष्ठ उदाहरण बाटा शू कम्पनी, सिंगर स्वीइङ्ग मशीन तथा उषा मशीन की दुकाने हैं। इसके अतिरिक्त एल्गिन मिल्स कानपुर, जे० सी० मिल्स ग्वालियर तथा दिल्ली क्लाथ मिल्स दिल्ली ने भी, अपनी दुकानें खोलकर इसी प्रकार का आयोजन किया है।

शृंखलाबद्ध दुकानों के तीन भेद

शृंखलाबद्ध दुकानो को भी निम्न तीन भागो मे विभाजित किया जा सकता है —

(१) निश्चित क्षेत्र वाली दुकानें—जो केवल एक निश्चित क्षेत्र में ही अपना व्यापार सीमित रखती है, जैसे—जे० सी० मिल्स बिरलानगर की ग्वालियर, लश्कर तथा मुरार की विक्रयशालायें अथवा एल्गिन मिल्स कानपुर की कानपुर शहर की दुकाने।

(२) एक विक्रय संगठन वाली दुकानें—जो विभिन्न जिलों का एक विक्रय सगठन रखती हैं जिसके अधीन उस जिले की समस्त विक्रयशालायें रहती हैं, जैसे—बाटा शू कम्पनी की विक्रयशालाये।

(३) विभिन्न शाखाओं वाली दुकानें—जिनकी विभिन्न शाखायें होती हैं, किन्तु उनके व्यवस्थापकों को क्रय-विक्रय के सम्बन्ध मे पूर्ण स्वतन्त्रता रहती है। मुख्य कार्यालय द्वारा वे सारा सामान खरीदती हैं।

इन व्यापारिक सस्थाओ का विकास इग्लैण्ड तथा अमेरिका मे बहुत हुआ है, वहाँ लगभग २५% फुटकर व्यापार शृंखलाबद्ध दुकानो के ही अधिकार मे है। भारत मे इनका विकास अब धीरे-धीरे हो रहा है।

बहु-विक्रयशालाओ का सगठन

यह व्यापार प्राय सयुक्त पूंजी वाली कम्पनियो द्वारा चलता है। इनका संगठन

भी विभाजित स्टोर की भाँति कम्पनियों द्वारा चलता है। साधारणतया इसकी व्यवस्था निम्न चित्र के अनुसार होती है :—

संचालक समिति
|
प्रबन्ध संचालक
|
लेखा विभाग — शासन विभाग — क्रय या उत्पादन विभाग
|
क्षेत्र व्यवस्थापक
|
निरीक्षक
|
शाखा या दुकान प्रबन्ध

प्रत्येक दुकान की देख-रेख और व्यवस्था के लिए एक **दुकान प्रबन्धक** की नियुक्ति होती है। हर दुकान में उसके नीचे **बहुत से विक्रेता** होते हैं जो उपभोक्ताओं के सम्पर्क में आते हैं और उनका सामान बेचते हैं। दुकानों में अधिकतर **सामान नगद बेचा** जाता है। **प्रति दिन बिक्री की रकम बैंक** में जमा करादी जाती है। शाखा कर्मचारियों का वेतन **एवं अन्य व्यय मुख्य कार्यालय द्वारा** दिये जाते हैं। इस प्रकार शाखाओं में अधिक हिसाब-किताब रखने की आवश्यकता नहीं पड़ती और सारा कार्य मुख्य कार्यालय के लेखा विभाग द्वारा होता है। शाखा प्रबन्धक मुख्य कार्यालय को **समय समय पर अपनी शाखा के विषय की सूचना** देता रहता है। सारे स्थान को, जहाँ-जहाँ दुकानें खोली जाती हैं, क्षेत्रों में बाँट दिया जाता है। क्षेत्र का अधिकारी **क्षेत्र-व्यवस्थापक** कहलाता है, जो क्षेत्र निरीक्षकों की सहायता से दुकानों का निरीक्षण करता है और अपनी रिपोर्ट **प्रबन्ध-संचालक** को प्रस्तुत करता है। इस प्रकार प्रबन्ध संचालक शृङ्खला भण्डार का सबसे उच्च अधिकारी है जिसका भण्डार के शासन क्रम और लेख विभागों पर पूर्ण अधिकार होता है।

विभाजित स्टोर्स और शृङ्खला भण्डार की तुलना

विभाजित स्टोर्स और शृङ्खला भण्डार में अन्तर की मुख्य बातें निम्नलिखित हैं —

विभाजित स्टोर्स	शृङ्खला भण्डार
(१) ये ग्राहकों की प्रायः सभी आवश्यकतायें पूरी करते हैं।	(१) ये प्रमुखतः उसी वस्तु में व्यापार करते हैं जो उनका सूत्रधार उत्पादक बनाता है। ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए वे अन्य वस्तुएँ भी रखते हैं, परन्तु ये वस्तुएँ संख्या में थोड़ी ही होती हैं।

(२) इनमे ग्राहकों की सुविधा, भण्डार की चमक-दमक और बहुमूल्य वस्तुएं बेचने की व्यवस्था रहती है।	(२) इनमे दुकान की एकरूपता, विकेन्द्रीकरण और साधारण वस्तुएं बेचने की व्यवस्था रहती है।
(३) यह स्टोर किसी खास स्थान मे स्थापित किया जाता है और इस बात की कोशिश की जाती है कि ग्राहक उसकी ओर आकर्षित हो।	(३) ये उसी शहर मे और देश मे चारो ओर छिटके रहते हैं। इनकी यह चेष्टा रहती है कि वे यथासम्भव ग्राहकों के समीप पहुँचे।
(४) यह फुटकर व्यापारियो द्वारा स्थापित किया गया व्यापारिक सगठन है।	(४) यह उत्पादक द्वारा स्थापित किया जाता है।
(५) इसकी स्थापना विशेषतः धनिक वर्ग की सुविधा के लिए की जाती है।	(५) यह साधारण जनता की भलाई के लिए है।
(६) इसकी स्थापना के लिए बहुत अधिक पूँजी की आवश्यकता होती है।	(६) इसकी स्थापना मे विशेष व्यय नही होता।
(७) इनकी सारी पूँजी एक ही स्थान पर लगी रहती है और इनकी उन्नति एक निश्चित क्षेत्र पर ही निर्भर करती है।	(७) इनकी पूँजी विभिन्न स्थानों पर लगी होती है और इनकी उन्नति किसी एक क्षेत्र पर निर्भर नही करती। एक दुकान मे हुई हानि दूसरी से पूरी हो सकती है।

शृङ्खला भण्डार के गुण एवं दोष

बहु विक्रयशालाओं के लाभ

(१) **उपभोक्ताओं को सस्ती वस्तुयें मिलना**—इस पद्धति द्वारा सभी वस्तुयें अधिक मात्रा मे ही खरीदी या निर्माण की जाती हैं, इसमे उपभोक्ताओ को सस्ते मूल्य पर वस्तुयें मिल सकती हैं।

(२) **विशेषज्ञों की नियुक्ति का लाभ**—केन्द्रीय कार्यालय मे सब प्रकार के विशेषज्ञो को नियुक्त करना सम्भव हो जाता है और उनकी सेवाओ का अधिक से अधिक लाभ उठाया जाता है।

(३) **मध्यस्थ-लाभ की बचत**—मध्यस्थो को दिए जाने वाले लाभ की बचत होती है।

(४) **सुगमता से पहिचान**—प्रत्येक दुकान की व्यवस्था एव सजावट आदि मे एकरूपता होने के कारण ग्राहक उन दुकानो को सुगमता से पहिचान लेता है तथा एक दुकान की ख्याति का लाभ दूसरी दुकानें भी उठाया करती हैं।

(५) **विज्ञापन व्यय मे बचत**—सभी दुकानों का विज्ञापन एक साथ होने के कारण बचत हो जाती है।

(६) **वस्तुओं के सग्रह रखने मे बचत**—इन दुकानो के द्वारा सूचना भेजते ही वस्तुओं की पूर्ति केन्द्रीय भण्डार मे हो जाती है, इसलिए इन्हें वस्तुओ का सग्रह रखने की आवश्यकता नही होती और न अधिक व्यापारिक स्थान ही घेरना पड़ता है।

बहु-विक्रयशालाओं अथवा शृङ्खला भंडारों के गुण-दोष

गुण

(१) उपभोक्ताओं को सस्ती वस्तुएं मिलना।
(२) विशेषज्ञों की नियुक्ति का लाभ।
(३) मध्यस्थ लाभ की बचत।
(४) सुगमता से पहिचान।
(५) विज्ञापन व्यय मे बचत।
(६) मूल्य की समानता से जन-विश्वास मे वृद्धि।
(७) वस्तुओं के संग्रहण मे बचत।
(८) बिक्री मे वृद्धि।
(९) ग्राहकों से समीपता।

दोष

(१) कर्मचारियों मे आलस्य भावना।
(२) व्यक्तिगत ध्यान न दिया जाना।
(३) साख की सुविधा का अभाव।
(४) घरों पर सुपुर्दगी नहीं।
(५) निरीक्षण की आवश्यकता।
(६) व्यक्तिगत रुचियों की पूर्ति नहीं।

(७) समान मूल्य से जन-विश्वास मे वृद्धि—इसके साथ ही इनकी वस्तुओं के मूल्य सभी दुकानो पर समान होते हैं, जिससे जनता के मस्तिष्क में इनके प्रति विश्वास अधिक दृढ हो जाता है तथा इनकी ग्राहक संख्या भी बढ जाती है।

(८) बिक्री मे वृद्धि—जो सामान एक दुकान पर नही बिकता वह दूसरी पर भेजा जा सकता है, जहाँ उसके बिकने की अधिक आशा होती है।

(९) ग्राहकों से समीपता—ऐसी दुकानें ग्राहकों के निवास-स्थान से अधिक निकट होती है, अत उनको सामान खरीदने के लिए नही आना पडता।

बहु-विक्रयशालाओं के दोष

(१) कर्मचारियो मे आलस्य-भावना—इनके कर्मचारी व्यापार बढाने के लिए न तो ध्यान देते हैं और न उतना परिश्रम ही करते हैं, जितना कि छोटे-छोटे व्यापारी अपनी विक्रय वृद्धि के लिए करते हैं।

(२) व्यक्तिगत ध्यान न दिया जाना—ऐसी दुकानो मे ग्राहक की ओर व्यक्तिगत ध्यान नही दिया जाता।

(३) साख की सुविधा का अभाव—व्यापार में साख अधिक प्रचलित है, किंतु ये दुकानें उधार सामान नही देती।

(४) घरों पर सुपुर्दगी नहीं—इनमे ग्राहकों के घरो पर सुपुर्दगी का प्रबन्ध नहीं होता।

(५) निरीक्षण की आवश्यकता—इन शाखाओं की व्यवस्था मे बडी कठिनाई होती है। कर्मचारियो के कार्य पर निरीक्षण रखना पडता है। उनके सुस्त तथा अयोग्य होने पर सारी दुकान तथा समस्त व्यापार कुप्रभावित होता है।

(६) व्यक्तिगत रुचियों की पूर्ति नहीं—समस्त दुकानो की समान व्यवस्था होने के कारण स्थानीय ग्राहकों की व्यक्तिगत रुचि पूरी नही हो पाती।

शृङ्खलाबद्ध दुकानों की अन्तर व्यवस्था :

(१) जनता की पहुंच के भीतर स्थिति होना—शृङ्खलाबद्ध-विक्रयशालाओं मे

साधारणत जनसाधारण के उपयोग की वस्तुओं का विक्रय होता है, अत इन दुकानों की अन्तर-व्यवस्था ऐसी होनी चाहिए जो जन-साधारण को अपनी ओर मोहित कर सके। इस दृष्टि से इन दुकानो की स्थिति ऐसे स्थान पर होनी चाहिए जहाँ सर्व-साधारण जनता की पहुँच सुगमता से हो तथा जहाँ प्रतिदिन सहस्त्रो की सख्या मे लोग आते-जाते हो।

शृङ्खलाबद्ध दुकानो की अन्तर व्यवस्था से सम्बन्धित ४ बातें

(१) स्थिति जनता की पहुँच के भीतर हो।
(२) दुकानों की सजावट मे समानता हो।
(३) द्वार-शोभन एव काउन्टर शोभन पर पर्याप्त ध्यान दिया जाय।
(४) एक मूल्य पद्धति एवं गुप्त अकों का प्रयोग।

(२) दुकानों की सजावट मे समानता—शृङ्खलाबद्ध दुकानो की सजावट प्राय सब जगह समान होनी है। इस प्रकार की दुकानो का भवन भी प्राय समान ही होता है। अत कभी कभी भवन मे समानता लाने के लिए दुकान के स्वामियो मे भवन मे आवश्यक परिवर्तन भी कराये जाते हैं। उदाहरण के लिए बाटा शू कम्पनी की दुकानें साधारणत. प्रत्येक नगर मे एक ही प्रकार की होती हैं। इसी प्रकार वर्मा शैल कम्पनी के पैट्रोल टैंक भी प्राय समान ही होते हैं।

(३) द्वार-शोभन एव काउण्टर शोभा—दुकान मे फर्नीचर आदि का आयोजन इस प्रकार होना चाहिए कि द्वार-शोभन अथवा काउन्टर की शोभा मे किसी प्रकार भी बाधा न पडे। दुकान के भीतर प्रत्येक वस्तु का प्रदर्शन इस प्रकार करना चाहिए कि ग्राहकों का ध्यान उन पर स्वभावत पडे। इस प्रकार यदि समान ढग से सभी दुकानो की सजावट एवं अन्तर-व्यवस्था की जाय, तो एक दुकान का ग्राहक अन्य नगरो मे भी उसकी दूसरी शृङ्खलाबद्ध दुकान से आकर्षित हो जाएगा तथा समानता होने के कारण उसे सुगमता से पहिचान सकेगा। इसके अतिरिक्त यथासमय मौसमी परिवर्तन के अनुसार ग्राहको की शीतकालीन तथा उष्णकालीन आवश्यकताओ तथा सुविधाओ का भी आयोजन किया जाना चाहिए।

द्वार की शोभा को बढ़ाने के लिए एव ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करने के उद्देश्य से आजकल विविध प्रकार के विद्युत-प्रकाशो का आयोजन किया जाता है। आजकल मर्करी-ट्यूब्स (Mercury Tubes) का प्रचार अधिक हो रहा है। इनका प्रकाश आँखो को असहनीय न होते हुए वस्तुओ के प्रदर्शन को अधिक प्रभावी एव चित्ताकर्षक बना देता है। विदेशों मे आजकल प्रकाश के नये-नये साधनो का आयोजन किया जारहा है, जैसे—गुप्त प्रकाश किरणों का आयोजन। अमेरिका तथा योरोपीय देशो मे इनका अधिक प्रयोग हो रहा है। सुशोभन करने से दुकान की शोभा बढती है, विक्रय मे वृद्धि होती है तथा विक्रेता को भी ग्राहक की अधिक सेवा करना सुगम हो जाता है।

(४) एक मूल्य पद्धति एव गुप्त अंशो का प्रयोग—शृङ्खलाबद्ध दुकानों मे वस्तुओ के मूल्य सम्बन्ध मे 'एक मूल्य पद्धति' (One-Price-System) का अवलम्बन किया जाता है, जिससे ग्राहको को मोल-भाव नही करना पड़ता तथा विक्रेता को भी सुविधा होती है, क्योंकि उसका (एव ग्राहक का भी) व्यर्थ समय नष्ट नही होता। बचे हुये समय मे वह अपने अन्य ग्राहको की ओर अधिक ध्यान दे सकता है। इसी उद्देश्य से विभिन्न वस्तुओ पर मूल्य-दर्शक पत्र लगा दिये जाते हैं। कभी-कभी वस्तुओ का मूल्य मुद्रा की इकाइयो मे (जैसे ५ रु०) न लिखकर गुप्त अङ्को (Cypher Figures) मे लिखा जाता है। ऐसे गुप्ताको का प्रयोग प्राय उस व्यापार मे किया जाता है जिनमे मोल-भाव किये बिना ग्राहक को सन्तोष नही होता, जैसे—हीरे, जवाहरात आदि बहु-मूल्य वस्तुओ के क्रय के सम्बन्ध मे। इन गुप्ताको से विक्रेता को वस्तु का उचित मूल्य ज्ञात हो जाता है और वह उससे नीचे वस्तु नही बेचता परन्तु ग्राहकों को वास्तविक मूल्य का ज्ञान नही हो पाता, अत वह उनको मूल्य बताते समय मोल-भाव के लिए पर्याप्त गुंजाइश रखता है।

(इ) डाक-द्वारा-व्यापार

(Mail Order Business)

परिभाषा एवं उद्देश्य

डाक द्वारा विक्रय (Shopping by Post) का साधारणतया यही अर्थ होता है कि ग्राहक अपनी आवश्यक वस्तुओ के लिये डाक द्वारा व्यापारी को आदेश भेजते हैं और व्यापारीगण भी डाक द्वारा ही वस्तुयें भेजते हैं। इस प्रकार क्रय-विक्रय एवं भुगतान सब कुछ डाक द्वारा ही होता है। इस व्यापार मे ग्राहको को वस्तु का परिचय समाचार-पत्रो मे विज्ञापन भेजकर अथवा डाक द्वारा पत्र भेजकर कराया जाता है। इस पद्धति मे **क्रेता-विक्रेता एक दूसरे को व्यक्तिगत रूप से नहीं जानते।** डाकखाने द्वारा ही इन दोनो का सम्बन्ध स्थापित होता है। इसका **मुख्य उद्देश्य विपणन की कड़ियों से मध्यस्थो को हटाना है।** प्राय: निर्माता इस प्रकार का व्यापार करके अपना सामान सीधे उपभोक्ता को भेजते हैं। यह व्यापार वैभागिक भण्डारो द्वारा तथा अन्य फुटकर विक्रेताओ द्वारा भी किया जाता है। इस प्रकार के व्यापार का जन्म सर्वप्रथम अमेरिका मे हुआ। यातायात के साधनों की उन्नति के साथ-साथ डाक द्वारा व्यापार भी शनै शनैः प्रत्येक देश मे उन्नति करता जारहा है।

डाक द्वारा व्यापार की लोकप्रियता के कारण

(१) डाक द्वारा व्यापार की लोकप्रियता का मुख्य कारण विज्ञापन-पद्धति के प्रचार का अपनाना है। (२) रहन-सहन के स्तर मे प्रगति भी इसका एक कारण है, जिससे कितने ही ग्रामीण लोग जिन वस्तुओ को अपने गाँव की दूकानो पर नही पाते, उन्हे वे डाक द्वारा आदेश भेजकर मंगा लेते हैं। (३) डाक से व्यापार प्रणाली के द्वारा निर्मातागण स्वय अपने विज्ञापन द्वारा वस्तुओ का विक्रय कर सकते हैं। उन्हे मध्यस्थो

को चिन्ता नही करनी पडती। (४) इस पद्धति के अन्तर्गत उपभोक्ताओं को बडी सुगमता से वस्तुयें मिल जाती हैं।

सगठन एव व्यवस्था

डाक द्वारा व्यापार के लिये न तो द्वार-शोभन और न अन्तर-शोभन की आवश्यकता होती है क्योंकि इस पद्धति के अन्तर्गत ग्राहकों को व्यक्तिगत रूप से आकर्षित करने की आवश्यकता नहीं पडती। यहाँ व्यवस्थापक केवल अपने घर बैठकर ही व्यापार चला सकता है। यदि किसी कारणवश वह अपने आपको प्रकट करना न चाहे तथा अपने निवास स्थान को भी गुप्त रखना चाहे तो वह P O Box प्रणाली के अनुसार अपने पत्र P O Box No द्वारा मँगवा सकता है इस प्रकार व्यापार प्रारम्भ करने के लिये न तो अधिक पूँजी की आवश्यकता है और न अधिक मात्रा मे माल रखने की ही आवश्यकता है। आवश्यकता है केवल एक कार्यालय, साधारण भण्डारगृह तथा विज्ञापन की। व्यवस्थापक को परिश्रमी, कार्य कुशल एव सफल विज्ञापक होना चाहिए। कार्यालय मे विभिन्न कर्मचारी रहते हैं, जो दैनिक पत्र-व्यवहार की देख-रेख करते रहते हैं। यही नही नियमित डाक द्वारा पुराने एव सम्भाव्य ग्राहकों से सम्पर्क रक्खा जाता है। विज्ञापन आदि के कार्यों के लिए विज्ञापन-विशेषज्ञ रहते हैं, जो ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये नये-नये विज्ञापन निकाला करते हैं। विज्ञापन थोडे से समय मे सुन्दर, आकर्षित तथा उस वस्तु के विषय मे अधिक से अधिक सूचना देने वाला होना चाहिए। विज्ञापन इतना चुम्बकीय हो कि उसे पढने वाला व्यक्ति यह समझे कि "अमुक वस्तु को ही खरीदना चाहिए" अथवा "उसको खरीदे बिना काम ही नही चल सकता।" सफल एवं प्रभावी विज्ञापन ही इस पद्धति के व्यापार की आधारशिला है।

> **डाक द्वारा व्यापार का सचालन**
> (१) यह घर से ही चलाया जा सकता है।
> (२) P. O Box प्रणाली अपनाई जाती है।
> (३) अधिक पूँजी या माल रखने की आवश्यकता नहीं है।
> (४) कुशल विज्ञापन विशेषज्ञ रखे जाते हैं।
> (५) व्यवस्थापक को परिश्रमी व कार्य कुशल होना चाहिये।
> (६) ग्राहकों की नवीनतम सूची तैयार रखी जाती है।
> (७) नियमित रूप से ग्राहकों को विक्रय साहित्य भेजना चाहिए।
> (८) वस्तुयें प्रमापित व श्रेणी बद्ध होनी चाहिए।

ऐसा व्यापार प्रारम्भ करने मे सर्वप्रथम व्यवस्थापक को उन समस्त ग्राहकों की एक सूची तैयार करनी चाहिये, जो उसके माल को खरीदने के लिये तैयार हों। एक व्यवस्थापक विभिन्न प्रकार की वस्तुओं मे व्यापार कर सकता है। प्रत्येक वस्तु

के विक्रेताओं की एक पृथक् सूची तैयार की जाती है। ग्राहकों के नाम टेलीफोन, डायरेक्टरी, मोटर मालिकों की सूची, ट्रेड डाइरेक्टरी, भारतीय इयर-बुक आदि से एकत्रित किये जा सकते हैं। इसी सूची को समय-समय पर दुहराते रहना चाहिये। जिन ग्राहकों से पत्र-विज्ञापन आदि भेजने पर भी कोई उत्तर न मिले, उनका नाम डाक-सूची (Mailing List) से काट देना चाहिए तथा नए सम्भाव्य ग्राहकों के नाम जोड़े जा सकते हैं। अमेरिका में इस डाक सूची को अत्यन्त सुरक्षित रक्खा जाता है, क्योंकि इसी के आधार पर वहाँ बड़े-बड़े फर्म प्रति वर्ष करोड़ो डालरों का व्यापार डाक द्वारा करते हैं।

सूची-पत्र जो डाक द्वारा ग्राहकों को भेजे जायें उनका आकार उपयुक्त होना चाहिए। उसे मोडकर भेजना भी एक कौशलपूर्ण कार्य है। साथ ही उसकी सजावट एवं विवरण लिखने की पद्धति भी अत्यन्त आकर्षक होनी चाहिए। यदि इस व्यापार में सफलता प्राप्त करनी है तो वस्तु उत्पादन, कागज, छपाई, चित्र तथा सूचीपत्र की समस्त सजावट में लेशमात्र भी कृपणता नहीं दिखानी चाहिए।

डाक द्वारा व्यापार के लिए अधिक विक्रय होना आवश्यक है, अतः इस व्यापारकर्त्ता में वस्तुओं के स्वरूप को स्पष्ट, निश्चित एवं सूक्ष्म रूप में उल्लेख करने की योग्यता होनी चाहिए। उसमें ग्राहकों के हृदय में रुचि एवं लालसा जागृत करने की अनोखी निपुणता का होना अत्यावश्यक है।

डाक द्वारा व्यापार केवल उन्हीं वस्तुओं में सम्भव है जिनका प्रमापीकरण तथा श्रेणीयन हो गया है। प्रमापीकरण की दशा में ग्राहक को इस बात का सन्तोष होता है कि उसे एक निश्चित प्रमाप तथा श्रेणी की तथा विशिष्ट ट्रेडमार्क की वस्तु मिलेगी, वस्तु की किस्म के विषय में उसे चिन्ता नहीं करनी पड़ती। डाक द्वारा व्यापार ऐसी वस्तुओं में सम्भव नहीं होता जिनकी कल्पना क्रेता को उनके वर्णन में नहीं हो सकती। माल ऐसा होना चाहिए जिसको यातायात में किसी प्रकार की क्षति पहुँचने की आशंका न हो।

भारत में डाक द्वारा व्यापार अधिक लोकप्रिय क्यों नहीं ?

> **भारत में डाक व्यापार कम लोकप्रिय क्यों ?**
>
> (१) जनता अशिक्षित व अज्ञानी है।
> (२) प्रमापीकरण व श्रेणीयन नहीं हो पाया है।
> (३) विज्ञापन कला में दक्षता का अभाव है।
> (४) यातायात व संदेश वाहन के साधन कम विकसित हैं।

हमारे देश में डाक द्वारा व्यापार अभी अधिक लोकप्रिय नहीं हुआ है, क्योंकि—

(१) **जनता को अशिक्षा**—यहाँ की अधिकांश जनसंख्या अशिक्षित, अज्ञानी एवं रूढ़िवादी है। पत्र-व्यवहार द्वारा क्रय विक्रय की प्रणाली से वे परिचित नहीं हैं।

(२) **अविकसित यातायात व संदेश वाहन**—यातायात एवं संदेशवाहन के साधनों की भी अभी उतनी प्रगति नहीं हुई है, जितनी पाश्चात्य देशों में।

डाक द्वारा व्यापार के लाभ-हानि

लाभ

(I) ग्राहकों को लाभ—

(१) घर पर ही वस्तुओं की प्राप्ति।

(२) सस्ती वस्तुयें मिलना।

(३) प्रामाणिक माल मिलने का विश्वास।

(II) व्यवस्थापक को लाभ—

(१) सजावट आदि की आवश्यकता नहीं।

(२) विक्रेताओं के वेतन मे बचत।

(३) ऋण डूबने का डर नहीं।

(४) विस्तृत कार्य-क्षेत्र।

(५) ग्राहकों को अधिक कमीशन।

(६) वस्तुओं के संग्रह व पूंजी मे बचत।

(७) कुशल विज्ञापन।

हानियाँ :

(१) माल परखने का अवसर नहीं।

(२) व्यक्तिगत सम्पर्क का अभाव

(३) उधार की सुविधा नहीं।

(४) ठगे जाने का भय।

(५) बार-बार पत्र लिखने की आवश्यकता।

(६) सामान मिलने मे देरी।

(७) अनपढ़ ग्राहकों के लिये बेकार।

(८) कम प्रभावशाली।

(९) व्यक्तिगत रुचि पर ध्यान नहीं।

(३) प्रमापीकरण व श्रेणीयन की कमी—कृषि-प्रधान होने के कारण यहां कृषि वस्तुओं का अधिक उत्पादन होता है, जो डाक द्वारा नही भेजी जा सकती और जिनका नमूना देखे बिना ग्राहक उनकी समुचित कल्पना नहीं कर सकता। फिर कृषि सम्बन्धी वस्तुओं का अभी प्रमापीकरण एवं श्रेणीयन भी पूर्णत नही हुआ है।

(४) विज्ञापन कला मे दक्षता का अभाव—विज्ञापन-कला जो ऐसे व्यापार की आधार शिला है, मे भी भारत काफी पिछड़ा है। डाक द्वारा बढ़ते हुए व्यापार को कपटी और धोखेबाज व्यापारियो ने बहुत रोक दिया है। किसी भी व्यक्ति को केवल एक ही बार धोखा दिया जा सकता है। जब लोगों ने यह अनुभव किया कि उन्हें एकसा समय देने वाली घड़ियो के विज्ञापन पर अच्छा मूल्य देने पर भी बच्चो की घडी मिली अथवा जब समस्त दर्दो की रामबाण दवा के विज्ञापन पर पानी भरी शीशी मिली, तो उनका विश्वास ऐसे विज्ञापनो पर से हट गया और डाक द्वारा व्यापार की प्रगति धीमी पड गई।

डाक-द्वारा व्यापार के लाभ

ग्राहकों को लाभ —

(१) घर पर ही वस्तु की प्राप्ति—ग्राहको को वस्तु लेने के लिए स्वयं नही जाना पडता, डाक द्वारा वस्तु ही उसके घर तक आ जाती है।

(२) सस्ती वस्तुयें मिलना—प्रतियोगिता के कारण ग्राहक को अन्य पद्धतियो की अपेक्षा यहाँ वस्तु सस्ती भी मिल जाती है।

(३) प्रामाणिक माल मिलने का विश्वास—डाक द्वारा क्रय की दशा में ग्राहक को यह विश्वास हो जाता है कि माल प्रमाणित होगा। दुकान पर क्रय करने की दशा में किसी समय चुनाव करने के कारण वस्तु का खराब एवं कम उपयोगी होना सम्भव हो सकता है।

व्यवस्थापक को लाभ :—

(१) सजावट आदि की आवश्यकता नहीं—व्यापारी को कीमती दूकान और सजावट आदि की आवश्यकता नहीं पड़ती। उसका कार्यालय कहीं भी हो सकता है।

(२) विक्रेताओं के वेतन की बचत—उसको विक्रेताओं की आवश्यकता भी नहीं होती और इस कारण उनके वेतन, कमीशन आदि पर खर्चा नहीं करना पड़ता।

(३) ऋण डूबने का डर नहीं—नकद व्यापार करने के कारण रुपया मारे जाने का डर भी नहीं रहता।

(४) विस्तृत कार्यक्षेत्र—जहाँ तक डाक जा सकती है वहाँ तक व्यापारी भी अपनी वस्तुएँ और विज्ञापन भेज सकते हैं। इस प्रकार उनका कार्य-क्षेत्र काफी विस्तृत हो जाता है।

(५) ग्राहकों को अधिक कमीशन—ये लोग निर्माता, थोक विक्रेता और फुटकर विक्रेताओं से स्वतन्त्र रहते है, ग्राहक को अधिक कमीशन दे सकते हैं।

(६) वस्तुओं के संग्रह व पूँजी में बचत—इस प्रकार के व्यापार में वस्तुओं का बहुत संग्रह नहीं करना पड़ता। कम पड़ने पर बिना ग्राहक के जाने ही उत्पादक से माल प्राप्त किया जा सकता है। इस प्रकार वे कम पूँजी से भी काम चला सकते है।

(७) कुशल विज्ञापन—वे विज्ञापन भी बड़ी कुशलता के साथ करते है, क्योंकि इनका तो व्यापार ही विज्ञापन पर निर्भर है।

दोष :

(१) सामान देखने का अवसर नहीं—ग्राहकों को सामान देखभाल कर लेने की सुविधा नहीं होती।

(२) व्यक्तिगत सम्पर्क का अभाव—डाक द्वारा माल मँगाने में ग्राहक यह भी नहीं जान पाते कि वे किस व्यक्ति से व्यवहार कर रहे हैं।

(३) उधार की सुविधा नहीं—ग्राहकों को कोई वस्तु उधार नहीं मिल सकती।

(४) ठगे जाने का भय—वे लोग कभी-कभी झूठे और चालबाज लोगों के चंगुल में फँस जाते हैं जो झूठे प्रचार से जनता को फाँसने की कोशिश करते है।

(५) बार-बार पत्र लिखने की आवश्यकता—यदि ग्राहक वस्तु की उपयोगिता या गुण के बारे में कुछ पूँछना चाहे तो बार-बार पत्र लिखना पड़ता है।

(६) सामान मिलने में देरी—उनको सामान मिलने में भी देरी होती है, क्योंकि आदेश भेजने तथा सामान प्राप्त करने में काफी समय लगता है।

(७) अनपढ़ ग्राहकों के लिये बेकार—अनपढ ग्राहकों के लिये यह पद्धति बेकार है।

(८) कम प्रभावशाली—व्यापारी चाहे जितना प्रयत्न करे वह विज्ञापन तथा सूची-पत्र के द्वारा उतना प्रभाव उत्पन्न नहीं कर सकता जो ग्राहक पर वस्तु को देखने-भालने से सहज ही हो जायगा।

(९) व्यक्तिगत रुचि पर ध्यान नहीं—व्यापारी के लिये यह असम्भव है कि वह हर प्रकार के ग्राहक की रुचि का ख्याल रख सके, इसलिए उसके ग्राहक अधिक नहीं बढ़ते।

डाक द्वारा व्यापार की सफलता के लिये आवश्यक बातें

(१) जनसंख्या बिखरी होना—ऐसी दशा में प्रत्येक के लिये किसी दुकान तक पहुँचना आसान न होगा। उदाहरण के लिए, नव स्थापित शहरी कोलोनियों में वस्तुओं की दुकानें सुलभ नहीं हैं, अतः यहाँ के लोग डाक द्वारा व्यापार पर सुविधा से निर्भर हो जाते हैं।

> **डाक द्वारा व्यापार की सफलता के लिये ६ शर्तें**
>
> (१) जनसंख्या का बिखरी होना।
> (२) ग्राहकों का विश्वास सम्पादन करना।
> (३) बाजार की अपेक्षा कम मूल्य पर वस्तु देना।
> (४) पर्याप्त मात्रा में आदेश मिलना।
> (५) सुन्दर ढंग से विज्ञापन करना।
> (६) ग्राहकों से नियमित सम्पर्क।

(२) ग्राहकों का विश्वास पाना—जनता का विश्वास सम्पादन करने के लिए कभी-कभी ग्राहकों के असन्तुष्ट होने पर वस्तुओं की कीमत डाक व्यय सहित लौटा देनी चाहिए, उन्हें खास तौर से इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि उनकी वस्तुएं विज्ञापन में की गई घोषणा के समान ही सुन्दर हों।

(३) बाजार की अपेक्षा कम मूल्य पर वस्तु मिलना—इस प्रकार से माल बेचने के लिये साधारणतः कम मूल्य का आकर्षण अधिक काम का सिद्ध होता है। प्रायः सूची-पत्र आदि में लिखे हुए मूल्य को लोग स्थानीय बाजार में जाकर मिलाते हैं और जब मूल्य बाजार से सस्ता होता है अथवा बाजार में वे वस्तुएं उस मूल्य पर नहीं मिलती तब वे डाक द्वारा आदेश देकर वस्तुएं मँगाते हैं।

(४) पर्याप्त मात्रा में आदेश—कम मूल्य पर सेवायें तभी सुलभ की जा सकती हैं जब पर्याप्त मात्रा में आदेश प्राप्त किये जा सकते हों।

(५) सुन्दर ढंग से विज्ञापन—विज्ञापन अधिक से अधिक सुन्दर ढङ्ग से किया जाये। सूची-पत्र आदि बहुत सुन्दर और मनमोहक छपे होने चाहिए।

(६) ग्राहकों से नियमित सम्पर्क—इस व्यापार में उसी समय अच्छी सफलता मिल सकती है जबकि ग्राहकों से लगातार समाचार प्राप्त किये जायें, उनके पास पत्र भेजे जायें तथा समय की पाबन्दी की ओर अच्छी तरह ध्यान दिया जाए।

(ई) एक मूल्य की दुकान
(One Price Shop)

इन दुकानो मे समस्त वस्तुश्रो के मूल्य एक ही होते हैं, अर्थात् विभिन्न वस्तुश्रो को एक ही मूल्य पर बेचा जाता है। ऐसे व्यापारी 'हर माल मिलेगा चार आने' या इसी प्रकार चिल्ला-चिल्ला कर अपना माल बेचने का प्रयत्न करते हैं। इनका सामान ठेलों, चार पहिये वाली गाडी या हाथों मे ही पल्लडो मे रहता है। कभी-कभी पटरी पर एक कोने मे बैठे हुए भी यह अपना माल बेचते हैं।

एक मूल्य की दुकानो के गुण-दोष

गुण—(१) ग्राहक का ध्यान अपनी ओर आकर्षित करने का यह एक मनोवैज्ञानिक ढङ्ग है और काफी सफल सिद्ध हुआ है।

(२) यह गरीब जनता के लिए बहुत उपयुक्त है जो विभिन्न प्रकार का सामान तो अपने पास रखना चाहते हैं, परन्तु साधन नहीं होता। इन दुकानो मे कम मूल्य होने के कारण वे उन्हें बहुत पसन्द करते हैं।

दोष—(१) इस प्रकृति की दुकानें सस्ते और साधारण सामान के लिए ही खोली जा सकती हैं।

(२) पढ़े-लिखे और धनिक वर्ग के व्यक्तियों के लिए ऐसी दुकानें उपयोगी सिद्ध नहीं होतीं। वे लोग इनको नापसन्द करने लगे हैं।

(उ) उपभोक्ता सहकारी स्टोर
(Consumer's Co-operative Store)

उपभोक्ता सहकारी स्टोर से अभिप्रायः उन दुकानों से है जो मध्यस्थो के लाभ से बचने के लिये तथा वस्तुएँ सुगमता से प्राप्त करने के लिए उपभोक्ताओं द्वारा बराबरी के आधार पर मिलकर चलाई जाती हैं—बहुत से उपभोक्ता, जो एक ही वर्ग के व्यक्ति होते हैं जैसे—किसी विद्यालय के विद्यार्थी और अध्यापकगण, किसी मिल या कारखाने के श्रमिक या किसी कार्यालय के क्लर्क आपस मे मिलकर एक सहकारी समिति खोल लेते हैं। एक निश्चित धन देने पर उसका सदस्य बनाया जा सकता है। समिति के प्रबन्ध के लिए एक प्रबन्धक की नियुक्ति कर ली जाती है, जिसे वेतन या कमीशन अथवा दोनो ही दिया जाता है। सदस्यों की एक समिति इसके कार्यो का निरीक्षण करती है। हर सदस्य एक वोट देने का अधिकारी होता है। ये स्टोर अपने सदस्यो की आवश्यक वस्तुये खरीदकर उन्हें बेचते हैं। मध्यजन न होने के कारण उपभोक्ता सस्ते मूल्य पर वस्तुयें प्राप्त कर लेता है।

उपभोक्ता सहकारी स्टोर के गुण

(१) सस्ती वस्तुयें मिलना—ये स्टोर निर्माताओं तथा उत्पादकों से बड़ी मात्रा मे वस्तु क्रय करते हैं। इस तरह उनको अन्य उपभोक्ताओ से सामान सस्ता मिल जाता है।

(२) किसी स्थान पर दुकान खोलने की सुविधा—यह किसी भी स्थान पर खोला जा सकता है, क्योंकि यह आशा की जाती है कि इसके सदस्य किसी दूसरे स्थान से सामान न खरीद कर इसी से लेंगे।

उपभोक्ता सहकारी स्टोरों के गुण-दोष

६ गुण

(१) सस्ती वस्तुयें मिलना।
(२) किसी भी स्थान पर दुकान खोलना।
(३) प्रबन्ध-व्यय में मितव्ययिता।
(४) हिसाब रखने में सुविधा।
(५) लाभ का विभाजन खरीदारी के आधार पर।
(६) अच्छी वस्तुयें मिलना।

४ दोष

(१) प्रबन्ध की अकुशलता।
(२) शीघ्र निर्णय का अभाव।
(३) अत्यधिक सदस्यता का दोष
(४) कर्मचारियों की स्वार्थ भावना।

(३) प्रबन्ध व्यय बहुत कम—इनमें प्रबन्ध का खर्च बहुत कम होता है। विज्ञापन तथा विक्रेताओं के रखने की आवश्यकता नहीं होती, क्योंकि ये सदस्यों के आपस के लाभ के लिए होते हैं। इनके प्रबन्ध के लिये कम वेतन पर कम व्यक्तियों की आवश्यकता होती है।

(४) अधिक हिसाब नहीं रखना पड़ता—ये सामान अधिकतर नकद बेचते हैं, इसलिए रकम डूबने का भय नहीं होता और न अधिक हिसाब रखने की जरूरत पड़ती है।

(५) लाभ का विभाजन खरीदारी के आधार पर—सदस्यों में लाभ उनकी खरीदारी के आधार पर बाँटा जाता है, इसलिए हर सदस्य अधिक से अधिक सामान मोल लेता है।

(६) अच्छी वस्तुयें मिलना—इनके द्वारा सदस्यों को अच्छा सामान सुगमता से मिल जाता है।

उपभोक्ता सहकारी स्टोर के दोष

(१) प्रबन्ध की अकुशलता—इनके प्रबन्धक अधिक शिक्षित तथा अनुभवी नहीं होते और न भण्डार ही शिक्षित तथा अनुभवी व्यक्ति रखने का व्यय उठा सकता है, अतः व्यापार सुचारु रूप से नहीं चल पाता। वे लोग माँग का ठीक अन्दाज नहीं लगा पाते। ऐसी वस्तु भरकर रख देते हैं, जिनकी माँग कम होती है और जिस वस्तु की माँग होती है और वह उनके स्टोर में कम होती है।

(२) शीघ्र निर्णय का अभाव—निरीक्षण समिति के सदस्य साधारण बुद्धि वाले होते हैं, अतः किसी कार्य को करने से पहले उस कार्य की सफलता के विषय में उनको सन्तोष दिलाने में काफी समय लगता है और इतने समय में ही कार्य की अवधि निकल जाती है।

(३) अत्यधिक सदस्यता—सदस्य संख्या अधिक बढ जाने से सहकारिता की भावना दूर हो जाती है।

(४) कर्मचारियों का स्वार्थ—इनके कर्मचारी सदस्यों के हितों की ओर ध्यान न देकर अपने ही हित का अधिक ध्यान रखते हैं।

उपभोक्ता भण्डार के मुख्य लक्षण

(१) सदस्यता पर कोई प्रतिबन्ध नहीं—कोई भी व्यक्ति इन संस्थाओं का सदस्य हो सकता है। सदस्यों द्वारा ही इनकी पूँजी प्राप्त होती है, जिस पर निश्चित दर से ब्याज दिया जाता है।

उपभोक्ता भण्डारों की मुख्य ६ विशेषतायें

(१) सदस्यता पर कोई प्रतिबन्ध नहीं
(२) प्रबन्ध मे सबको समान अधिकार
(३) नगद बिक्री का नियम।
(४) लाभ का विभाजन वार्षिक क्रय के आधार पर।
(५) कुछ लाभ का धर्मार्थ कार्यों मे प्रयोग।
(६) ग्राहकों को विशेष सुविधायें।

(२) प्रबन्ध मे समानाधिकार—इनके प्रबन्ध एवं व्यवस्था मे सदस्यों का समान अधिकार होता है। सदस्यगण ही प्रबन्ध की सुविधा के लिये एक कार्यकारिणी समिति का निर्वाचन करते हैं।

(३) नकद विक्रय—वस्तुओं का विक्रय विपणि मूल्यों पर किया जाता है, तथा सब वस्तुओं का नकद विक्रय ही होता है।

(४) लाभ का विभाजन खरीदारी के अनुसार—सब सदस्यों को उनके वार्षिक क्रय के अनुसार लाभांश दिया जाता है।

(५) कुछ लाभ धर्मार्थ कार्यों मे लगाना—प्रति वर्ष लाभांश का एक निश्चित भाग धर्मार्थ कार्यों के लिए या सदस्यों की शिक्षा के लिए निकाला जाता है।

(६) ग्राहकों को विशेष सुविधायें—अन्य पाश्चात्य देशों मे उपभोक्ता सहकारी संस्थाओं द्वारा ग्राहकों को निम्न सुविधाये प्रदान की जाती हैं —

(अ) उपभोक्ता को अच्छी एवं गुणशाली वस्तुयें दी जाती हैं।

(आ) वस्तुये कम मूल्य पर दी जाती हैं। इस प्रकार उन्हे लाभ प्रदान करते हुए उनके रहन-सहन के स्तर मे उन्नति करने का प्रयत्न किया जाता है।

(इ) मितव्ययिता की वृद्धि करते हुए उन्हे पर्याप्त आर्थिक सहायता भी दी जाती है।

(ई) उपभोक्ताओं के लिए विवेक के साथ खरीदने, पारिवारिक बजट बनाने तथा सामान्य मितव्ययिता की ओर ध्यान देने के लिए इन्होंने पर्याप्त कार्य किया है।

(उ) उपभोक्ताओं के जीवन-स्तर का सुधार करते हुए जनतन्त्रात्मक व्यवस्था से युक्त व्यापार के द्वारा उन्हे सुन्दर नागरिक बनाने का प्रयत्न किया गया है।

(ऊ) सहकारी आन्दोलन द्वारा एकाधिकार, आर्थिक शोषण तथा अधिक लाभ लेने की प्रवृत्ति को रोका गया है।

Standard Questions

1 What services are rendered by wholesalers to retailers? Should the wholesalers be eliminated?
2 Describe briefly the internal organisation of an Indian wholesale firm engaged in any distributive trade
3 Briefly describle the various forms of large-scale business which have become prominent in retail trade What has been the effect of the increase of multiple shops?
4 How would you organize a departmental store? Discuss its prospectus in India
5 What causes have led to the growth of multiple shop system in the retail business? How is it that this system has not developed in India?
6 Examine the organisation and merits and demerits of Mail Order Shops What are the conditions essential for their success?

४.

देशी-व्यापार के सौदे की गति-विधि

(Course of a Home Trade Transaction)

प्रारम्भिक—व्यापारिक कार्यों का अधिकाश भाग वस्तुओं के क्रय-विक्रय से सम्बन्ध रखता है। उत्पादक कच्चा माल खरीदता है और निर्मित माल थोक व्यापारियो को बेचता है। थोक व्यापारी खरीदी हुई वस्तुओ को फुटकर व्यापारियों को बेचता है और फुटकर व्यापारी उपभोक्ताओ को। पिछले अध्याय मे हमने आपको क्रय-विक्रय सम्बन्धी उन शर्तों का ज्ञान कराया था जिन्हे क्रेता और विक्रेताओं को परस्पर तय कर लेना चाहिए। प्रस्तुत अध्याय मे हम देशी व्यापार के एक सौदे की गति-विधि का वर्णन करेंगे। गति-विधि से आशय उन कार्यों का है जो सौदे के प्रारम्भ से लगा कर उसकी पूर्ति तक सम्बन्धित पक्ष द्वारा किये जाते हैं।

एक देशी व्यापार के सौदे की विभिन्न अवस्थाये

(१) भाव की पूछ ताछ—जब कोई व्यापारी माल खरीदना चाहता है, तो वह माल के सम्बन्ध मे कई व्यापारियो या माल बनाने वाली मिलो से पूछ-ताछ करता है। इससे उसे मूल्य, किस्म आदि बातो के मिलान का अवसर मिलता है। जब विक्रेता स्थानिक हो, तब तो पूँछ-ताछ जबानी या टेलीफोन पर हो सकती है नही तो पत्र लिख दिये जाते हैं। किन व्यापारियो से पूछ-ताछ की जाय इसका हमे पता न हो तो पडोसी व्यापारी, व्यापार प्रदर्शिका (Trade-Directory) जिसमे प्रमुख व्यापारियो के नाम व पते तथा उनके व्यापार का विवरण दिया होता है, नगर के चेम्बर आफ कामर्स (व्यापारियो के हित के लिये बनाये गए संगठन) के सेक्रेटरी से उनके नाम व पते मालूम किये जा सकते हैं।

पूछ-ताछ के पत्र मे सभी आवश्यक बाते लिख देनी चाहिए, जैसे—माल की किस्म, सुपुर्दगी का समय, भुगतान की शर्तें आदि जिससे बाद को कोई बात पूँछने से न रह जाय। पूछ-ताछ के पत्र द्वारा बेचने वाले व्यापारी से उसकी विस्तृत मूल्य सूची भी मंगाई जा सकती है।

(२) निर्ख भेजना—किसी ग्राहक से पूछ-ताछ का पत्र आने पर बेचने वाला व्यापारी अपने भाव भेज देता है। पूछ-ताछ के उत्तर मे भेजे गये वस्तु के भावो को

निर्ख (Quotation) कहते हैं। निर्ख के पत्र मे यह स्पष्ट लिख देना चाहिए कि किस किस्म का माल कितने परिमाण मे कब तक और किन शर्तों पर तथा किस मूल्य पर बेचा जा सकता है। पत्र के साथ माल का नमूना, मूल्य-सूची आदि भी भेजे जा सकते हैं। निर्ख का पत्र भावी सौदे का आधार है। उसके आधार पर ही खरीदने वाला व्यापारी अपनी धारणा बनाता है। उसके पास अनेक व्यापारियो के निर्ख आते हैं जिनमें से वह केवल किसी एक को स्वीकार करेगा। अत स्पष्ट है कि निरख का पत्र बडी सावधानी से लिखना चाहिए। ग्राहक द्वारा पूछी गई सब बातो का उत्तर देना तो आवश्यक है ही साथ मे उन बातो को भी लिखा जा सकता है जिन्हे हम अपनी ओर से आवश्यक समझते हों। पत्र की भाषा ऐसी प्रभावपूर्ण हो कि वह ग्राहक को माल की उपयुक्तता के सम्बन्ध में ग्राहक को पूर्ण विश्वास दिला दे। लेकिन कोई बात बढा-चढा कर या झूठ नही लिखनी चाहिए क्योंकि पोल खुलने पर ग्राहक सदैव के लिए हाथ से निकल जायगा और जो बदनामी होगी वह अलग। निर्ख के पत्र की एक नकल भविष्य में आर्डर के साथ मिलान करने के लिए रख लेनी चाहिए।

एक देशी व्यापार के सौदे की मुख्य अवस्थाये

(१) भावों की पूछ-ताछ।
(२) निर्ख भेजना।
(३) माल के लिये आदेश देना।
(४) आदेश प्राप्ति की सूचना।
(५) माल उधार देना।
(६) माल का एकत्रीकरण, पेकिंग
(७) माल भेजना।
(८) बीजक बनाना।
(९) माल भेजने की सूचना देना।
(१०) माल की सुपुर्दगी लेना।
(११) शिकायत सम्बन्धी पत्रोत्तर।
(१२) शिकायतों के हल।
(१३) भुगतान :—
(अ) खाता विवरण।
(ब) पुराने खाते।
(स) रसीद।

(३) माल के लिये आदेश देना— पूछ-ताछ के उत्तर मे विभिन्न व्यापारियो से उनके निर्ख, मूल्य-सूचियाँ, नमूने आदि प्राप्त होंगे। इनका आपस मे मिलान करना चाहिए जिससे इसका निश्चय हो सके कि किसी व्यापारी को आदेश देना सबसे अधिक लाभदायक है। जब यह निश्चय कर ले तो माल के लिए आदेश दिया जाता है। यह आदेश टेलीफोन या तार द्वारा भी दिया जा सकता है। लेकिन इन दशाओं मे पत्र द्वारा आदेश की पुष्टि करना आवश्यक होगा। प्राय कुछ लोग झूठ-मूठ परेशान करने के लिए तार या टेलीफोन से आर्डर दे देते हैं। अत जब तक पुष्टि नही हो जाती बेचने वाला व्यापारी माल नही भेजता।

माल का आदेश साधारण पत्र के द्वारा दिया जा सकता है या इस आशय के लिये छपाये हुए आदेश-पत्रो का प्रयोग किया जा सकता है। आदेश-पत्र मे साधारण बातें तो छपी होती हैं केवल विशेष बातें ही उसमे अलग से भरी जाती हैं।

आदेश-पत्र की एक नकल कार्यालय मे भविष्य के हवाले के लिये रखनी चाहिये। कुछ व्यापारी तो एक 'आदेश भेजा-पुस्तक' रखते हैं जिनमे आदेश लिखा जाता है। इसकी एक पर्त बेचने वाले के पास भेज दी जाती है और दूसरी पर्त आदेश पुस्तक मे ही नकल के रूप मे सुरक्षित रहती है।

आदेश-पत्र मे उन सब बातो को दिया जाता है जो खरीददार और बेचने वाले के बीच पूर्व पत्र द्वारा तय हो चुकी हैं। एक आदेश-पत्र मे निम्न बातो पर प्रकाश डालना आवश्यक है :—

माल का नाम, किस्म और परिमाण।

माल का मूल्य और नाम वह किस तरह चुकाया जावेगा।

सुपुर्दगी का ढंग और वह हिसाब जिसके अन्दर माल आ जाना चाहिये।

पैकिंग का ढंग और अन्य शर्तें।

यदि माल उधार मँगवा रहे हो और विक्रेता से पहले कभी व्यवहार नही हुआ है तो ऐसी दशा मे बेचने वाले व्यापारी की सुविधा के लिये किन्ही ऐसे प्रतिष्ठित व्यक्तियो के नाम और पते लिख देना चाहिये जिनसे हमारा पुराना व्यापारिक सम्बन्ध है।

(४) आदेश प्राप्ति की सूचना—जब किसी ग्राहक से माल का कोई आदेश प्राप्त हो तो बेचने वाले व्यापारी को चाहिए कि वह उसके प्राप्त होने की सूचना ग्राहक को दे। इससे ग्राहक को आश्वासन हो जाता है कि उसके आदेश पर उचित ध्यान दिया जा रहा है। विक्रेता आदेश-पत्र के प्राप्त होने की सूचना देने के साथ-साथ आदेश की शर्तों को दोहरा देता है जिससे उनमे यदि कोई त्रुटि हो गई हो तो वह सही करदी जाय। यदि आदेश पत्र मे कोई बात स्पष्ट नही है तो वह ग्राहक से इस पत्र द्वारा उसके स्पष्टीकरण की प्रार्थना कर सकता है। यदि माल उधार मँगवाया गया है तो आर्थिक अवस्था की पूछ-ताछ के लिये आवश्यक प्रतिष्ठित व्यापारियो के नाम व पते भी वह इस पत्र द्वारा मँगा सकता है।

आदेश-पत्र की मुख्य-मुख्य बातें एक आदेश प्राप्त पुस्तक मे लिख लेना चाहिए।

(५) माल उधार देना—जब ग्राहक से नगद भुगतान के आधार पर आदेश प्राप्त होता है तब तो बेचने वाले व्यापारी के लिए कोई चिन्ता की बात नही है। हाँ, जब उधार पर माल देने के लिये आदेश आवे तब अवश्य ही उसे यह निश्चय करना पडता है कि वह माल उधार दे या नही। यदि ग्राहक पुराना परिचित है तो ऐसा निश्चय करने मे उसे विशेष कठिनाई न होगी। वह अपने अनुभव से ग्राहक की आर्थिक अवस्था, उसके लेन-देन का ढग आदि के बारे मे स्वयं बहुत कुछ जानता है।

यदि पहले माल उधार देने पर भुगतान पाने में कोई कठिनाई न हुई हो तो वर्तमान व्यवहार में भी ऐसा ही होने का वह अनुमान कर सकता है। यदि ग्राहक नया है और उसने उधार माल मँगवाया है तो आदेश को पूरा करने के पहले उसे उसकी आर्थिक अवस्था की भली-भाँति जाँच कर लेनी चाहिए। इसके लिए स्वयं ग्राहक से ही प्रतिष्ठित व्यक्तियों के नाम और पते पूछे जा सकते हैं या अपने बैंकर, चेम्बर ऑफ़ कामर्स आदि संस्थाओं के द्वारा आर्थिक अवस्था की जाँच की जा सकती है।

सन्तोषजनक उत्तर मिलने पर ग्राहक के आदेश की पूर्ति की जा सकती है नहीं तो आदेश की पूर्ति के सम्बन्ध में अपनी असमर्थता प्रकट कर देनी चाहिये। ग्राहक के आत्म-सम्मान को चोट न पहुँचे, इसका विशेष ध्यान रखना चाहिये। ग्राहक से पेशगी मूल्य भी माँगा जा सकता है।

(६) माल का एकत्रीकरण, पैकिंग आदि—ग्राहक की आर्थिक दशा के विषय में सन्तुष्ट होने के उपरान्त उसके आदेशानुसार माल गोदाम में से निकलवाकर ठीक-ठीक तोला, नापा या गिना जाता है और पैकिंग के लिये अलग एकत्र कर दिया जाता है। इस बात का पूरा-पूरा ध्यान रखना चाहिए कि ग्राहक ने जो माल जिस किस्म का जितनी मात्रा में मँगाया है वही माल उसी किस्म का उतनी ही मात्रा में भेजना चाहिये नहीं तो ग्राहक माल को अस्वीकार कर सकता है। यदि कोई माल उसके गोदाम में न हो, तो वह किसी अन्य व्यापारी से लेकर भेजा जा सकता है। इससे ग्राहक की असुविधा बच जाती है और उसका हमारे कार्यालय के ऊपर विश्वास बढ़ता है। जैसा कि अगले अध्याय में बतायेंगे, माल नमूने के अनुसार या वर्णन के अथवा दोनों के अनुसार या व्यापार योग्य होना चाहिये।

इसके उपरान्त माल का पैकिंग कराया जाता है। पैकिंग का आशय है माल को इस प्रकार बाँधना कि वह खोये नहीं और न वह टूटे अथवा खराब हो। पैकिंग काठ का, टीन का, कपड़े का, जूट या चटाई का हो सकता है। यदि इस सम्बन्ध में ग्राहक के कोई विशेष आदेश हो तो उनका पालन करना चाहिए। किसी आदेश के अभाव में बेचने वाला प्रचलित प्रथा के अनुसार पैकिंग कर सकता है। बड़े-बड़े कार्यालय तो पैकिंग के लिए एक अनुभवी विशेषज्ञ की देख-रेख में अलग से पैकिंग विभाग रखते हैं। सुन्दर पैकिंग में भेजा गया माल ग्राहकों पर प्रभाव डालता है। विदेशी माल के भारतीय माल की अपेक्षा अधिक लोकप्रिय होने का एक कारण सुन्दर पैकिंग होना भी है।

पैकिंग पर ग्राहक का नाम और पता स्पष्ट लिख दिया जाता है। साथ ही माल ढोने वाले और कुलियों को सावधान करने के लिए बंडलों और पेटियों पर "सावधानी से रखो", "काँच है", "टूटने वाला माल" आदि निर्देश लिख दिये जाते हैं।

(७) माल भेजना—माल को उचित रूप से पैक करने के बाद उसको ग्राहक के स्थान तक पहुँचाने का प्रबन्ध करना चाहिये। यदि इस सम्बन्ध मे ग्राहक से कोई आदेश हो तो उनका पालन करना चाहिये नही तो व्यापार की साधारण रीति के अनुसार माल भेजना चाहिए। माल भेजने के विभिन्न साधन इस प्रकार हैं—डाकखाने से पार्सल द्वारा, सडक वाहनो द्वारा (मोटर या किसी अन्य गाडी द्वारा) एव रेल द्वारा कुली और पशुओ द्वारा। किस साधन का अवलम्बन करना चाहिए यह मुख्यत माल की प्रकृति, रास्ते की दूरी आदि बातो पर निर्भर है। साधारणत स्थानीय वस्तुओ के भेजने मे कुली, पशु, रेलगाडी और मोटर का प्रयोग होता है। अधिक वजनी और बडे आकार वाले माल के लिये तथा दूरी के यातायात मे रेलें अधिक उपयोगी होती है थोडी दूर के लिए और कम वजन के माल के यातायात मे मोटर लारियाँ अच्छी रहती हैं। छोटे और मूल्यवान पार्सल डाक से भेजे जाते हैं। रेल द्वारा माल भेजने पर माल की एक रसीद भी मिलती है जिसे बिल्टी कहते हैं। इसके लाने वाले को रेलवे कम्पनी माल दे देती।

(८) बीजक बनाना—माल भेजने के बाद बेचने वाले का अगला काम माल का बीजक तैयार करना है जिसका उद्देश्य ग्राहक को यह बतलाना है कि उसे कुल कितनी रकम माल के मूल्य और उसकी ओर से किए गये खर्चों के लिये विक्रेता को चुकानी है। बीजक क्रेता के लिए और भी काम आता है। बीजक की सहायता से खरीददार वस्तुओ का ठीक-ठीक विक्रय-मूल्य अकित कर सकता है। उसे यह मालूम हो जाता है कि कुल कितनी रकम चुकानी है और वह माल पहुँचने से पहले बिल्टी छुडाने के लिये उस रकम का प्रबन्ध कर सकता है। यदि बीजक माल से पहले पहुँच गया है तो वह उसकी सहायता से बिक्री का प्रबन्ध कर सकता है। जब माल रेल द्वारा भेजा जाता है तब तो बीजक डाक द्वारा सूचना-पत्र के साथ ही भेज दिया जाता है। अन्य दशा मे वह माल के साथ ही रख दिया जाता है। बीजक मिलने पर ग्राहक उसे अपने आदेश की नकल के साथ मिलाता है। यदि उसमे कोई भेद या त्रुटि निकले तो वह उस विषय मे बेचने वाले व्यापारी को पत्र लिखता है।

विक्रेता व्यापारी के लिये भी बीजक बडे काम का होता है। वह इसकी सहायता से अपनी बिक्री वही लिखता है। बीजक की दो प्रतियाँ ली जाती हैं—मूल प्रति ग्राहक को भेज दी जाती है, नकल वह अपने ही पास भविष्य के लिये प्रमाण स्वरूप रख लेता है। बीजक मे प्राय निम्न बाते दी जाती हैं —

(१) माल का नाम, किस्म एव मात्रा,

(२) माल की दर प्रति इकाई एव कुल मूल्य,

(३) व्यापारिक छूट यदि कोई है,

(४) ग्राहक के कहने से किये गये खर्च,

(५) ग्राहक से प्राप्त पेशगी रकम, यदि कोई है,

(६) ग्राहक से प्राप्य कुल रकम,

(७) माल भेजने का ढग,

(८) बिल्टी कैसे भेजी जा रही है,

(९) बडलो पर पडे हुए पहचान के चिन्ह,

(१०) भूल के लिये क्षमा प्रार्थना।

बीजक का नमूना

साहित्य भवन, मुई कटरा, भ्रागरा ने जयपुर के गर्ग बुक कम्पनी को इस प्रकार माल बेचा है —

१०० भ्रौद्योगिक सगठन—मूल्य ५ रु० प्रति कापी

५० व्यापारिक सन्नियम—मूल्य ४ रु० ,, ,,

४० भ्रन्वेषण के सिद्धान्त—मूल्य ४ रु० ,, ,,

व्यापारिक छूट १५% रेलभाडा ४ रु०, कुली १ रु० एक माह के भ्रन्दर भुगतान पर १½ प्रतिशत छूट।

माल मालगाडी से भेजा गया है जिसकी बिल्टी सख्या ८६० इलाहाबाद बैंक द्वारा भेज दी गई है। साथ मे लिखकर भेजे गये शेष रकम के बिल की स्वीकृति मिलने पर बिल्टी दी जावेगी।

बीजक

साहित्य भवन

प्रकाशक एवं पुस्तक विक्रेता

तार का पता —'बुक' मुई कटरा,
टेलीफोन न० —३१४२ भ्रागरा।
सख्या :— ६० ए ३० जून, १९६१

श्री भ्रोंकार दयाल गर्ग, प्रोप्राइटर,
गर्ग बुक कम्पनी,
जयपुर।

शर्त :—१ माह के भ्रन्दर भुगतान पर १½% नगद छूट।

चिन्ह	विवरण	दर प्रति इकाई रु०	धन रु०	धन रु०
१—४	औद्योगिक संगठन १०० प्रति	५	५००	
	व्यापारिक सन्नियम ५० ,,	४	२००	
	अंकेक्षण के सिद्धान्त ४० ,,	४	१६०	
			८६०	
	घटाओ व्यापारिक छूट १०%		८६	७७४
	जोड़ो खर्च			
	रेल भाड़ा		४	
	कुली		१	५
				७७९
	पूर्व प्राप्त (Advance)			१००
	शेष प्राप्य रकम			६७९
	माल मालगाडी से भेजा बिल्टी संख्या ८६० इलाहाबाद बैंक द्वारा १ माह के बिल की स्वीकृति पर देय।			

भूल चूक लेनी देनी

कन्हैयालाल बंसल, पार्टनर।

बीजक प्राय छपे हुए फार्मो पर तैयार की जाती है। यहाँ पर हमे बीजक और सूचनार्थ बीजक (Pro-forma Invoice) मे अन्तर समझ लेना चाहिये। बीजक तो वास्तविक रूप से बिक्री होने पर बेचने वाले द्वारा खरीददार को भेजी जाती है लेकिन सूचनार्थ बीजक वह बीजक है जो किसी सम्भावी खरीददार को विक्रेता द्वारा इस बात की सूचना के लिये बना कर भेजी जाती है कि यदि वह माल खरीदता है तो उसे अनुमानत मूल्य और व्ययो के हेतु कुल कितनी रकम देनी होगी। दूसरे शब्दो मे, जबकि बीजक वास्तविक अंको को लेकर बनता है, सूचनार्थ बीजक अनुमान के अंको पर बनाया जाता है। निम्नलिखित दशाओ मे भी सूचनार्थ बीजक प्रयोग किया जा सकता है :—

१—जबकि वस्तु पसन्द या वापिसी की शर्त पर भेजी गई हो।

२—जबकि विक्रेता माल के मूल्य का पूरा-पूरा भुगतान हो जाने पर ही माल भेजना चाहता हो तो वह सूचनार्थ बीजक बनाकर और उस पर "माल भेजने के लिये भुगतान की प्रतीक्षा" लिखकर भेज सकता है।

३—जब विक्रेता किसी एजेन्ट को माल भेजता है तो एजेन्ट को विक्रय मूल्य निश्चित करने में आसानी हो इसके लिए वह ऐसा बीजक बना कर भेज सकता है।

४—विदेशों को माल भेजने से पहले सूचनार्थ बीजक भेजने से क्रेता या उसका प्रतिनिधि आयात कर सुविधा से चुका सकता है।

५—सूचनार्थ बीजक में बिल्कुल वही बातें दी जाती हैं जो बीजक में देते हैं। केवल शीर्षक में बीजक के स्थान पर सूचनार्थ बीजक लिखा जाता है।

(६) माल भेजने की सूचना देना—बीजक बना लेने के उपरान्त बेचने वाला व्यापारी खरीददार को माल भेजने की सूचना देने के लिए एक पत्र लिखेगा जिसे सूचना-पत्र कहते हैं। इस पत्र का उद्देश्य यह है कि ग्राहक को मालूम हो जाय कि माल कब रवाना किया गया है और किस दिन उसके स्टेशन पर आवेगा, जिससे वह माल के छुटाने की व्यवस्था समय के अन्दर करले। सूचना-पत्र के साथ बीजक की एक प्रति और बिल्टी भी, यदि भुगतान पहले ही प्राप्त हो गया है या उसके वसूल होने में कोई डर नहीं है, रजिस्ट्री पत्र से भेज दी जाती है। यदि सौदा इस प्रकार तय हुआ था कि पाने वाले को बिल्टी, माल का मूल्य मिलने पर दी जायेगी तो ऐसी दशा में बिल्टी, बीजक और सूचना-पत्र तीनों ही वी० पी० डाक से पाने वाले को भेजना चाहिये। यदि वसूल की जाने वाली रकम अधिक हो, तो अपने बैंक द्वारा बिल्टी ग्राहक को भेजनी चाहिये। साथ में एक दर्शनी बिल भी बैंक को इस आदेश के साथ दे दिया जाय कि वह ग्राहक के नगर में स्थित अपनी शाखा या प्रतिनिधि बैंक को यह निर्देश कर दे कि उक्त बिल्टी उसे तब ही सौंपी जाय जब कि वह साथ के बिल का भुगतान करदे। यदि ग्राहक को माल उधार बेचा गया है, तो बिल्टी बैंक को एक मियादी बिल के साथ सौंपी जा सकती है। जब ग्राहक बिल को स्वीकार कर लेता है तो वह बिल्टी उसे दे दी जाती है। इन दशाओं में सूचना-पत्र साधारण डाक से खरीददार को भेजा जा सकता है।

सूचना-पत्र में निम्न बातें देनी चाहियें—ग्राहक के आदेश का हवाला, भेजे गये माल के बीजक की प्रति, बिल्टी संख्या, वह गाड़ी जिससे माल भेजा गया हो, आदि।

(१०) माल की सुपुर्दगी लेना—जैसे ही ग्राहक को विक्रेता व्यापारी से माल रवाना कर देने की सूचना मिले उसे माल छुड़ाने की व्यवस्था करनी चाहिये। यदि बिल्टी साधारण डाक से आई है या उसे वी० पी० चुका कर प्राप्त हो गई है तो वह सीधे स्टेशन जाकर रेलवे अधिकारियों को बिल्टी प्रस्तुत करके माल छुड़ा सकता है। यदि बिल्टी किसी बैंक के द्वारा भेजी गई है, तो बैंक की सूचना मिलने पर उसे बैंक जाना होगा और बिल स्वीकार करके या भुगतान करके (जैसी आवश्यकता हो) बिल्टी प्राप्त कर लेनी चाहिये। स्टेशन पर माल की सुपुर्दगी लेते समय माल के बंडल भली

प्रकार देख लेने चाहिये। यदि टूट-फूट या अन्य हानि पहुँची हो तो उसको गुड्स इन्सपेक्टर के ध्यान मे वह बात ला देनी चाहिये और इस आशय का प्रमाण-पत्र भी प्राप्त कर लेना चाहिये ताकि बाद को हानि का दावा करने मे सुविधा रहे।

(११) शिकायत सम्बन्धी पत्रोत्तर—स्टेशन से माल को छुडा कर लाने पर आदेश-पत्र की नकल के साथ मिलाया जाता है कि सब माल वही है जिसके लिये आदेश दिया गया था या नही। यदि माल मे बेचने वाले के दोष के कारण कोई टूट-फूट हुई है या उसने बीजक मे अधिक दाम लगाया है, तो इस आशय का शिकायती पत्र विक्रेता को लिखा जा सकता है। यदि नुकसान रेलवे की गलती से हुआ है तो उसके चीफ ट्रैफिक मैनेजर से पत्र लिखकर हर्जाने की माँग करनी चाहिये।

(१२) शिकायतों के हल—जब किसी ग्राहक से भेजे गए माल के सम्बन्ध मे कोई शिकायत प्राप्त हो, तो उस पर तुरन्त ध्यान देना चाहिए, नही, तो वह 'जले पर नमक' छिड़कने के समान होगा। यदि वास्तव मे कोई त्रुटि हो गई है तो इसे स्पष्ट स्वीकार कर लेना चाहिए और उसके निराकरण के लिए उचित कार्यवाही करनी चाहिए। जैसे, यदि माल आदेश के अनुसार नही भेजा गया है, तो भेजे गए माल को वापस मँगा कर नया माल भेज दिया जाय। इसका व्यय विक्रेता को ही सहन करना होगा। यदि बीजक मे दाम अधिक लग गए है या ग्राहक ने खाली पेटी वापिस करदी है तो उसे वसूल होने वाले दाम मे छूट देना आवश्यक होगा। इसके लिए उसे क्रेडिट नोट बना कर भेज देना चाहिए। विक्रेता ने ग्राहक से कम दाम लगाये है, तो वह उसे ग्राहक से प्राप्त कर सकता है। इसके लिए उसे डेबिट नोट बनाकर भेजना चाहिए।

क्रेडिट नोट—क्रेडिट नोट वह रुक्का है जिसके द्वारा विक्रेता क्रेता को यह सूचना देता है कि उसने रुक्के मे दिखाई गई रकम क्रेता के खाते मे क्रेडिट (जमा) कर दी है। इस प्रकार भविष्य मे क्रेता विक्रेता को हिसाब मे उतना रुपया कम देगा या अगले व्यवहारो मे बराबर हो जावेगा। यह नोट निम्नलिखित दशाओ मे खरीददार को भेजा जाता है —

(१) यदि कोई माल किसी खराबी के कारण अथवा आदेश से अधिक होने पर लौटा दिया गया है,

(२) यदि कोई बक्स या पैकेट (जिसका मूल्य बीजक मे लगा दिया गया है) अच्छी दशा मे विक्रेता को लौटा दिया जाय;

(३) यदि खरीददार को माल की मात्रा मे कुछ कमी होने के कारण कोई अलाउन्स दिया गया है;

(४) यदि बीजक गलती से अधिक जोड दिया गया है,

(५) यदि किसी वस्तु का मूल्य अधिक लगा लिया गया है,

(६) किसी वस्तु का मूल्य बीजक मे तो लगा लिया है परन्तु वास्तव मे उसे भेजा नही है।

डेबिट नोट—डेबिट नोट वह रुक्का है जिसके द्वारा विक्रेता खरीददार को यह सूचना देता है कि उसमे दिखलाई गई रकम को उसके खाते मे नाम डाल दिया गया है। इस प्रकार ग्राहक को बीजक मूल्य के साथ यह रकम भी चुकानी पडेगी अथवा अगले व्यवहारो मे उक्त रकम बराबर करली जावेगी। डेबिट नोट निम्नलिखित दशाओ मे भेजा जाता है—

(१) यदि भूल से बीजक मे किसी वस्तु का कम मूल्य लगाया गया हो,

(२) यदि बीजक की रकम कम जोडी गई हो,

(३) यदि कोई व्यय बीजक से छूट गया हो,

(४) यदि कोई वस्तु भेज दी गई है परन्तु उसका मूल्य बीजक मे नही लिखा गया है,

डेबिट नोट और क्रेडिट नोट बीजक के समान ही बनाये जाते हैं। अत बीजक से भेद करने के लिए उन्हे लाल स्याही से लिखा या छापा जाता है।

क्रेडिट नोट

साहित्य भवन

पुस्तक प्रकाशक एव विक्रेता

तार का पता—'बुक' — सुई कटरा,

टेलीफोन नं०—३१४२ — आगरा।

सख्या—५०१/स — दिनाक २ जुलाई, १९६१।

श्री ओकारदयाल गर्ग,

प्रोप्रायटर,

गर्ग बुक कम्पनी,

जयपुर।

खाते म क्रेडिट किये

		रु०	नये पैसे
बीजक सख्या ४४०/व २३ जून, १९६०	औद्योगिक सगठन २० प्रतियाँ जो भेजने से रह गई थी	९०	—
		९०	

कन्हैयालाल बसल,
पार्टनर।

डेबिट नोट

साहित्य भवन

पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता

तार का पता—'बुक'
टेलीफोन न०—३१४३
सख्या ५०१/स

सुई कटरा,
आगरा।
२ जुलाई, १९६१।

श्री ओकारदयाल गर्ग,
प्रोप्रायटर,
गर्ग बुक कम्पनी,
जयपुर।

खाते मे डेबिट किया

		रु०	नये पैसे
बीजक सख्या ४५०/न २३ जून, १९६०	बीजक मे औद्योगिक सगठन की १०० प्रतियो पर १ रु० मूल्य कम लगने के लिए	१००	—
		१००	—

कन्हैयालाल बसल,
पार्टनर।

(१३) भुगतान करना—यह क्रय-विक्रय के सौदे की अन्तिम अवस्था है। खरीदार को चाहिए कि वह आदेश की शर्तों के अनुसार भुगतान कर दे। जो व्यापारी समय पर भुगतान करते हैं, उनकी साख बढ़ती है और इससे उनका व्यापार बढता है। जो व्यापारी समय पर भुगतान नही करते है उनकी साख गिर जाती है और फिर भविष्य मे उन्हें उधार मिलना कठिन हो जाता है। भुगतान भेजने के कई ढङ्ग हैं, जैसे पोस्टल आर्डर, मनीआर्डर, चैक, बिल, बैंक-ड्राफ्ट, नोट आदि। इनमे अपनी आवश्यकता के अनुसार चुनाव कर लेना चाहिए।

भुगतान मिलने पर बेचने वाला एक रसीद भेज देता है। यदि रकम २० रु० या २० रु० से अधिक है, तो उस पर १० नए पैसे का रेवेन्यू टिकट लगाना चाहिए। भुगतान लेने वाले को अपने हस्ताक्षर इस प्रकार करने चाहिए कि उसका कुछ भाग टिकट पर अवश्य आवे।

रसीद का नमूना

संख्या २०१ — अगस्त १, १९६१

कैलाशचन्द्र भार्गव, प्रोप्राइटर, भार्गव बुक डिपो ग्वालियर से कुल हिसाब के भुगतान मे ६७९ रु० छह सौ उनासी रुपए प्राप्त हुए। धन्यवाद।

इण्डियन बुक हाउस के लिए,
रामनाथ गोयल
साझीदार।

रसीद की एक नकल कार्यालय के हवाले के लिए सुरक्षित रखली जाती है। यह ध्यान रखना चाहिए कि प्रतिलिपि पर टिकट लगाने की आवश्यकता नहीं है।

खाते का विवरण
(Statement of Account)

बहुधा व्यापारी परस्पर चालू खाता रखते हैं अर्थात् समय-समय पर उधार माल खरीदते हैं या बेचते रहते हैं और समय-समय पर भुगतान करते रहते हैं। ऐसी दशा में बेचने वाला व्यापारी समय-समय पर खरीदार को उसके खाते की नकल भेजता रहता है, जिसमें यदि कोई अशुद्धि हो गई हो तो वह उसे ठीक करा ले और साथ ही उसे भुगतान करने की भी याद हो आये। इसे 'खाते का विवरण' कहते हैं और यह हर मास भेजा जाता है। कुछ लोग तिमाही या छमाई भी भेजते हैं इसमें एक निर्दिष्ट अवधि के अन्दर हुए तमाम लेन-देनो का विवरण दिया जाता है। यदि कोई अशुद्धि निकले तो उसे जमा की चिट्ठी या क्रेडिट नोट भेज कर ठीक कर लिया जाता है।

पुराने खाते
(Overdue Account)

कुछ ऋणी समय पर अपना भुगतान नहीं करते। या तो उनकी अवस्था बिग गई है अथवा उनको भुगतान देने का स्मरण नहीं रहा है या वे भुगतान देर मे देन चाहते हैं या बिल्कुल ही नही देना चाहते। ऐसी दशा में बेचने वाले व्यापरो को सच मुच ही बडी परेशानी पैदा हो जाती है। यदि सभी ग्राहक उसे देर मे भुगतान कर लगें तो उसकी सारी पूंजी उधार मे फंस जाय। अत भुगतान पाने के लिए उसे बड़ युक्ति से काम लेना चाहिए। पहले तो वह ग्राहक को उसके खाते का विवरण भे देता है। यदि इसके भेजने पर भुगतान नही आता, तो वह पत्रो द्वारा तकाजा आरम्भ कर सकता है। सभी ऋणी एक स्वभाव के नहीं होते अत उसे सभी के प्रति एकदा कड़ा रुख नहीं अपनाना चाहिए। अपितु पत्र क्रमश: कडे शब्दो मे लिखने चाहिए। जें पहला पत्र तो बहुत नम्र भाषा मे लिखा जाय और उसमे ग्राहक को केवल रकम क याद दिला कर भुगतान की प्रार्थना करनी चाहिए। इसके लिए खाता विवरण की नक पत्र के साथ भेजी जा सकती है। यदि ग्राहक इस पर ध्यान न दे तो दूसरा पत्र कु कडी भाषा मे लिखा जाता है। दूसरे पत्र का उत्तर न आने पर ही तीसरा पत्र अधि कडी भाषा मे भेजा जाता है और ग्राहक से सीधे भुगतान कर देने की प्रार्थना की जात है। तीसरे पत्र का उत्तर न आने पर अंतिम पत्र भेजा जाता है जिसमे ग्राहक क भुगतान करने की शिष्ट धमकी दी जाती है। धमकी सोच-विचार कर देनी चाहि और भुगतान न होने पर उसका प्रयोग अवश्य करना चाहिए।

खाता विवरण

साहित्य भवन, आगरा, अपने ग्राहक श्री ओंकार दयाल गर्ग, जयपुर को निम्नलिखित से एक खाता विवरण बनाकर भेजना चाहते हैं —

१९६१		रु०
मई १	गर्ग साहब को पिछला देना था	५०००
८	उन्हें माल बेचा	१०००
१०	उन्होंने माल लौटाया	२००
१५	उनसे नगद प्राप्त हुआ	३,२००
२०	उन्हें माल बेचा	१,५००
२९	उनसे एक चैक प्राप्त हुआ	१,०००

साहित्य भवन
पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता

तार का पता —'बुक' | सुई कटरा,
टेलीफोन नं० —३१४३ | आगरा।
संख्या —४२१ | जून १, १९६१।

श्री ओंकार दयाल गर्ग,
गर्ग बुक कम्पनी,
जयपुर।

तिथि	विवरण		रु०	रु०
मई १	पिछला शेष	(नाम)		५,०००
,, ८	माल खाते	(नाम)	१,०००	
,, २०	माल खाते	(नाम)	१,५००	२,५००
				७,५००
मई १०	लौटाये माल के	(जमा)	२००	
मई १५	रोकड़ खाते	(जमा)	३,२००	
मई २९	बैंक खाते	(जमा)	१,०००	४,४००
		शेष		३,१००

भूल चूक लेनी देनी

कन्हैया लाल बंसल,
पार्टनर,

प्रश्न

(१) आपने अभी हाल में फर्नीचर की एक दुकान खोली है और उसके लिये कुछ फर्नीचर खरीदना चाहते हैं। पूछताछ से लेकर भुगतान तक जो कदम उठाने होंगे उनका संक्षेप में वर्णन करिये।

(२) एक देशी व्यापार के सौदे की प्रगति का वर्णन कीजिये और उन प्रपत्रों का उल्लेख कीजिए जो कि इस सम्बन्ध में प्रयोग किए जायेंगे।

(३) मर्वश्री सोहनलाल एण्ड सन्स कानपुर ने निम्नलिखित माल मैनेजर गांधी स्टोर्स इलाहाबाद को भेजा—

(क) २४ प्रतियाँ हाईस्कूल बुककीपिंग—लेखक के० एल० अग्रवाल, ३ रु० ५० न० पै० प्रति पुस्तक।

(ख) ४० प्रतियाँ व्यापार पद्धति—लेखक बलवानसिंह, ४ रु० ५० न० पै० प्रति पुस्तक।

(ग) १५ प्रतियाँ मार्केट रिपोर्ट्स—लेखक डाक्टर लोरेन्जो, ३ रु० ७५ न० पै० प्रति पुस्तक।

(घ) २५ प्रतियाँ आर्थिक भूगोल—लेखक आर० एन० दुबे, ४ रु० २५ न० पै० प्रति पुस्तक।

पैकिंग और भेजने का खर्च ७ रु० ५० न० पै० तथा व्यापारिक बट्टा (Trade Discount) १५ प्रतिशत दर से।

आप रीत्यानुसार एक बीजक बनाइए और एक सूचना-पत्र भी लिखिए कि रेल की बिल्टी (R/R) वी० पी० डाक से भेज दी गई है।

(४) आगरे के ककड़ ब्रादर्स ने कलकत्ते के गोपालचन्द्रदास से निम्नलिखित माल खरीदा—५० हण्डरवेट जिंक पेन्ट दर ३४ रु० ७५ न० पै० प्रति हण्डरवेट, ३० टन पीतल की चादर दर ६० रु० २५ न० पै० प्रतिटन, १५० पीपे तिल्ली का तेल दर १२ रु० २५ न० पै० पीपा, ४० बोरे सीमेंट दर १० रु० ७५ न० पै० बोरा, ७½ प्रतिशत व्यापारिक बट्टा देकर उपरोक्त माल का बीजक बनाइए।

(५) सर्वश्री हरिराज स्वरूप गोपालराज स्वरूप दिल्ली वालों ने लखनऊ के श्री राजेन्द्रलाल को निम्नलिखित सामान बेचा है—

२०० बोरे चीनी 'A' (प्रति बोरे का भार २½ मन)
दर १५ रु० ५० न० पै० प्रतिमन,

१०० बोरे चीनी 'B' (प्रति बोरे का भार २¾ मन)
दर १८ रु० प्रतिमन।

१०० टीन सुगन्धित सुगर क्यूब्स—दर ६० रु० प्रति टीन

व्यय—पैकिंग १६० रु०, ठेला भाड़ा ३२ रु०, विविध व्यय ५ रु० और व्यापारिक बट्टा २½ प्रतिशत।

सौदे की शर्तें—भुगतान पर अधिकार पत्र (D/P)।

उपरोक्त से आप निम्नलिखित बनाइए :—

(अ) एक बीजक।

(आ) एक पत्र जिसमें माल भेजने की सूचना दीजिये।

(इ) माल भेजने वालों की ओर से एक पत्र भारत बैंक लिमिटेड को लिखिए जिसमें उन्हें आदेश दीजिए कि वे बीजक का रुपया तथा बैंक कमीशन प्राप्त कर लेने पर ही अधिकार पत्र सौंपें।

(६) सर्वश्री देवीप्रसाद शिवप्रताप, आगरा वाले निम्नलिखित माल मेरठ के सर्वश्री जगतप्रकाश दयाशंकर को भेजने हैं :—

१५ दरियाँ नं० १६, आकार १२ गज × ५ गज, २ रु० ८ आ० प्रति वर्ग गज की दर से।

२० बढ़िया कालीन, आकार १५ फीट × १० फीट, ७ रु० प्रति वर्ग फुट की दर से।

६ काश्मीरी दुशाले, ४० रु० प्रति दुशाले की दर से।

पैकिंग और ठेला भाड़ा १० रु० ५० न० पै०, व्यापारिक बट्टा १० प्रतिशत की दर से।

आप निम्नलिखित तैयार कीजिए —

(१) आर्डर पत्र, (२) रीत्यानुसार बीजक, (३) भुगतान के लिए एक विशेष रेखांकन वाला चेक।

५.

क्रय-विक्रय की शर्तें
Terms and Conditions of Sale

प्रारम्भिक

आजकल भिन्न भिन्न व्यापारियों के भिन्न-भिन्न व्यापार करने के ढग हैं। अतएव सौदा तय करते समय क्रय-विक्रय सम्बन्धी बातें स्पष्ट कर लेनी चाहिए जिससे आगे चलकर व्यापार करने की रीति मे भेद होने के कारण परस्पर मतभेद न हो। सौदा या तो व्यक्तिगत रूप से तय किया जाता है अथवा आर्डर भेजकर। प्रथम दशा मे तो सभी बातें आमने-सामने तय हो जाती है लेकिन दूसरी दशा मे पत्र-व्यवहार द्वारा तय की जाती हैं और अन्तिम रूप से आदेश-पत्र मे सग्रहीत कर दी जाती हैं। जहां तक हो सके क्रय विक्रय की शर्तें लिखित हों। जो व्यक्ति ऐसा नहीं करते उनमे आपसी मतभेद और झगडे होने की सम्भावना रहती है। लिखा पढी हो जाने से किसी प्रकार के सन्देह अथवा मतभेद की भावना कम हो जाती है और मतभेद होने पर उसका निर्णय शर्तों को देखकर आसानी मे हो सकता है। क्रय-विक्रय के सम्बन्ध में जिन बातों का स्पष्ट तय होना आवश्यक है, वे इस प्रकार हैं—

क्रय-विक्रय अनुबन्ध की शर्तें

(१) माल की किस्म

एक ही किस्म की अनेक वस्तुये बाजार मे मिलती हैं। हमारी रुचि, आवश्यकता और आर्थिक अवस्था के अनुसार जो भी किस्म हमारे लिए उपयुक्त होती है उसे ही हम लेना चाहते हैं। इस बात की बहुत आवश्यकता है कि क्रेता वस्तु की किस्म विक्रेता को ठीक-ठीक बतादे और विक्रेता निश्चित रूप से यह समझ ले कि ग्राहक किस किस्म की वस्तु चाहता है। यदि ग्राहक को ठीक किस्म की वस्तु नहीं मिलती तो वह माल लौटा देता है या व्यापारी को सदैव के लिये नमस्कार कर देता है। आजकल वस्तुओं की किस्म सूचित करने के लिए निम्न साधनों का प्रयोग होता है :—

(१) बानगी या नमूना—वस्तु के एक बडे ढेर में से थोडी सी मात्रा निकाल कर उसे किस्म बताने के काम मे लेते हैं। इस निकाले हुए थोडे अंश को 'बानगी'

या 'नमूना' कहते हैं। बानगी (Sample) का कच्चे माल के क्रय-विक्रय में बहुत प्रयोग किया जाता है और नमूना (Pattern) तैयार माल के सम्बन्ध में। जब माल नमूने या बानगी के आधार पर खरीदा या बेचा जाता है, तो विक्रेता इस बात की गारन्टी देता है कि वस्तु किस्म में नमूने जैसी ही होगी, ग्राहक को बानगी या नमूने के साथ कुल माल की तुलना करने का उचित अवसर दिया जावेगा तथा माल ऐसे दोषों से मुक्त होगा जो उसे बिक्री के अयोग्य बनादे।

क्रय-विक्रय अनुबन्ध की मुख्य ६ शर्तें

(१) माल की किस्म सम्बन्धी शर्तें।
(२) माल की मात्रा सम्बन्धी शर्तें।
(३) माल के पैकिंग से सम्बन्धित शर्तें।
(४) माल के मूल्य सम्बन्धी शर्तें।
(५) मूल्य के भुगतान से सम्बन्धित शर्तें।
(६) माल की सुपुर्दगी से सम्बन्धित शर्तें।

(२) प्रतिरूप—जब माल तैयार नहीं है या आया नहीं है, किन्तु उनके जल्द तैयार होने या आने की आशा है तो उसके क्रय-विक्रय के लिए उसके किसी 'प्रतिरूप' (Type) को दिखाकर ही किस्म ते कर ली जाती है। यह ढङ्ग फसलों के सम्बन्ध में अधिक प्रचलित है। विक्रेता फसल तैयार होने से पहले नई बालों से निकाला गया गल्ला ग्राहक को सौदे के समय दे देता है और इस बात का आश्वासन देता है कि माल उस प्रतिरूप के सदृश ही होगा, और यदि दोनों में कोई अन्तर हुआ तो मूल्य कुछ घटा-बढ़ा दिया जावेगा। इस ढंग के अन्तर्गत खरीदने और बेचने वालों के मध्य मूल्य कितना घटाया बढ़ाया जाय इस सम्बन्ध में मतभेद हो सकता है, इसलिए पंचायत के सम्बन्ध में लिखा-पढ़ी रहती है और पंचों का निर्णय दोनों पक्षों को मानना पड़ता है।

(३) वर्णन—आजकल वस्तुओं का क्रय-विक्रय 'वर्णन' (Description) द्वारा किया जाता है। उन्हीं वस्तुओं की किस्म वर्णन द्वारा तय की जाती है जिनका वर्णन करना सहज है। बाजार में बहुत-सी वस्तुओं के विविध प्रकारों के अलग-अलग नाम प्रचलित हो जाते हैं अत उनका नाम लेने से भी वस्तु की एक विशेष किस्म का ज्ञान हो जाता है। जैसे, यदि यह कहा जाए कि हमें बासमती चावल खरीदना है तो इसमें चावल के गुण आदि का पूरा-पूरा वर्णन हो जाता है। यदि वर्णन के साथ माल

वस्तुओं की किस्म सूचित करने के ५ साधन

(१) बानगी या नमूना (Sample or Pattern)
(२) प्रतिरूप (Type)
(३) वर्णन (Description)
(४) ट्रेड मार्क (Trade Mark)
(५) विश्लेषण (Analysis)

की बानगी भी दिखाई गई हो तो भी वर्णन का महत्व अधिक होता है। उदाहरण के लिए, यदि सुरेश सतीश से वासमती चावल खरीदना तय करता है परन्तु बानगी मोगरा चावल की दिखाता है तो सुपुर्दगी लेते समय सुरेश मोगरा चावल लेना अस्वीकार कर सकता है और वासमती चावल देने के लिए बाध्य कर सकता है। यह भी उल्लेखनीय है कि यदि ग्राहक वर्णन देने के साथ अपनी आवश्यकता भी व्यापारी को प्रकट कर दे और उसके उपयुक्त वस्तु का सौदा तय करे तो व्यापारी को ऐसी वस्तु देनी होगी जो उसके कार्य के योग्य हो।

(४) **ट्रेडमार्क—कुछ विक्रेता और उत्पादक अपनी वस्तुओं की पहचान के लिए उन पर एक विशेष चिन्ह छपा या खुदवा लेते हैं। इसे व्यापार चिन्ह या 'ट्रेडमार्क' (Trade mark) कहते हैं।** जबलपुर के बीडी व्यवसायी ने अपनी बीडी के लिये पहलवान छाप चिन्ह नियत कर रखा है। इसी प्रकार हाथी मार्का तेल, ताली मार्का साबुन आदि देखने मे आते हैं। इन चिन्हो की सहायता से वस्तुओ मे ग्राहक धोखा नही खा सकता। जिस किस्म की वह वस्तु चाहता है वह चिन्ह बता देने से मिल जाती है। व्यापारियो को भी चिन्ह द्वारा बेचने मे सुविधा रहती है क्योंकि उनके अभाव मे उन्हें हर बार अपनी वस्तु के सारे गुण बताने होगे लेकिन चिन्ह द्वारा जनता को वस्तु के विषय की सारी बातें स्मरण रहती हैं। एक व्यापारी द्वारा रखा गया ट्रेडमार्क दूसरा व्यापारी न रख ले इसके लिए उस व्यापारी को चाहिए कि वह अपना चिन्ह नियत शुल्क देकर सरकार से रजिस्टर्ड करा ले।

(५) **विश्लेषण—रासायनिक पदार्थों का सौदा 'विश्लेषण' (Analysis) के आधार पर तै किया जाता है।** इसके अन्तर्गत विक्रेता आश्वासन देता है कि माल विश्लेषण के अनुकूल होगा। माल लेते समय ग्राहक उसका विश्लेषण करा लेता है और माल के विश्लेषण से घटिया या बढ़िया होने पर मूल्य मे घटा-बढ़ी कर दी जाती है।

(II) माल की मात्रा

सौदा तै करते समय ग्राहक को चाहिए कि वह व्यापारी को यह सूचित कर दे कि माल की कितनी मात्रा खरीदना चाहता है और व्यापारी का भी कर्तव्य है कि वह खरीदार को उतना ही माल भेजे जितना उसने मँगवाया है। भूल होने पर या तो विक्रेता को माल अपने व्यय पर लौटाना पडता है अथवा भेजी हुई मात्रा स्वीकार करने के लिए ग्राहक से पत्र-व्यवहार करना पडता है जिसमें समय और पैसा लगता है। इतने पर भी सम्भव है कि ग्राहक रुष्ट हो जाये। **मात्रा की नाप तीन प्रकार से होती है—संख्या, नाप और तोल द्वारा।** नाप और संख्या द्वारा मात्रा सूचित करना कोई विशेष परेशानी वाली बात नही है लेकिन तौल द्वारा मात्रा बताने में विशेष सावधानी रखनी चाहिए। **तौल के सम्बन्ध में निम्नलिखित विशेष बातें जानने योग्य हैं :—**

(१) कुल तौल (Gross Weight)—वस्तु और पैकिंग दोनों की तौल मिलाकर कुल तौल कहा जाता है।

(२) बारदाना (Tare)—केवल पैकिंग के तौल को बारदाना या धडा कहते हैं जो कई प्रकार से निकाला जा सकता है और इन रीतियों के अनुसार ही उसके विभिन्न नाम होते हैं जैसे :—

माल की मात्रा को सूचित करने के ३ ढग

(१) सख्या (Number)
(२) नाप (Measure)
(३) तौल (Weight)
- (अ) कुल तौल (Gross Weight)
- (ब) बारदाना (Tare) :—
  - (क) असल बारदाना (Real Tare)
  - (ख) औसत बारदाना (Average Tare)
  - (ग) अनुमानित बारदाना (Estimated Tare)
  - (घ) प्रचलित बारदाना (Customery Tare)
- (स) वास्तविक तौल (Net Weight)
- (द) छीजन या कटौती (Waste)

मूल्य लगाने के लिये वास्तविक तौल = कुल तौल-बारदाना-छीजन।

(अ) असल बारदाना (Actual or Real Tare)—वह है जो माल मे लगे हुए पैकिंग की वास्तविक तौल द्वारा निकाला जाता है जैसे—यदि घी टिन मे बन्द करके भेजा जावे तो इस टिन की जो तौल तोलने से निकले वह असल बारदाना कहलावेगा।

(आ) औसत बारदाना (Average Tare)—पैकिंग की वह तौल है जो पैकिंग को अलग अलग तौल कर नहीं निकाली जाती वरन् कुछ पैकिंगों को इकट्ठा तौल कर पैकिंग की संख्या का भाग दे दिया जाता है और इस प्रकार एक पैकिंग का तौल निकल आता है। बारदाना निकालने का यह ढङ्ग उस दशा मे ठीक रहता है जहां लगभग एक से पैकिंग प्रयोग किए जाते हैं। उदाहरण के लिए, किसी घी के पैकिंग के लिए सौ टिन एक से बनवाये। इनमे से कोई से पांच टिन अलग-अलग तोले गये। इनका वजन क्रमश. १०½ छटाक, ९½ छटाक, ११ छटाक, १० छटाक व ९ छटाक था। पांचों की तौल मिला कर ५० छटाक हुई जिसमे सख्या ५ का भाग देने पर औसत बारदाना १० छटाक निकलेगा।

(इ) अनुमानित बारदाना (Estimated Tare)—वह बारदाना है जो विक्रय के समय खरीददार और विक्रेता आपस में तै कर लेते हैं। यह अनुमान कर लिया जाता है वास्तविक तौल द्वारा नहीं निकाला जाता।

(२) प्रचलित बारदाना (Customery Tare)—कुछ व्यापारो मे पैंकिंग के लिए लगभग एक ही प्रकार के थैले, बोरे आदि प्रयोग होते हैं। इनका बारदाना चलन के अनुसार लगा लिया जाता है। वास्तविक तौल निकालने की जरूरत नही होती। उदाहरण के लिए, अनाज के व्यापार मे एक बोरे की तौल व्यापारी सवा सेर काटते हैं यदि आप एक बोरा गेहूँ खरीदें तो सवा सेर बारदाना काटा जावेगा चाहे वास्तव मे बोरा छटाक दो छटाक अधिक या कम हो।

(३) वास्तविक तौल (Net Weight)—केवल माल की तौल ही वास्तविक तौल कहलाती है। यही तौल मुख्य है क्योंकि इसी के हिसाब से माल का मूल्य बताया और चार्ज किया जाता है। अत जब माल का मूल्य तौल के अनुसार बताया जावे तो सदैव वास्तविक तौल पर ही दाम निकालना चाहिए। यदि कुल तौल दी हुई हो तो दाम निकालने के लिए उसमे से बारदाना घटा देना चाहिए।

(४) छीजन या कटौती—माल को उठाने रखने आदि मे थोडी-बहुत छीलन तो होती ही है। छीजन की यह हानि खरीददार को न उठानी पडे। इसके लिए कुछ व्यापारी माल के दाम जोडते समय वास्तविक तौल मे भी कुछ कटौती कर देते हैं। यही छीजन कहलाती है। छीजन बारदाने की तौल मे भूल-चूक के लिए भी काटी जाती है। यदि सौदे मे छीजन भी काटी गई है तो असली तौल मालूम करने के लिए इसको भी घटा देना चाहिए।

(III) माल पैंकिंग

पैंकिंग का उद्देश्य माल को ढोने और उठाने-धरने मे सुविधा और सुरक्षा प्रदान करना है। आजकल पैंकिंग मे सुन्दरता का भी ध्यान रखा जाने लगा है। पैंकिंग कैसा हो, यह वस्तु की प्रकृति और मात्रा पर निर्भर करता है। यदि पैंकिंग ठीक नही है, तो माल खराब होने, खोने अथवा टूटने का डर रहता है। अत यह आवश्यक है कि माल ठीक तरह से पैक किया जाय। यदि ग्राहक ने इस विषय मे कुछ आदेश दिये हैं तो उनका पालन करना बहुत आवश्यक है नही तो किसी भी हानि की जिम्मेदारी विक्रेता पर होगी। यदि क्रेता की ओर से कोई आदेश नहीं है, तो विक्रेता अपने व्यापार की साधारण रीति के अनुसार माल का पैंकिंग कर सकता है।

(IV) माल का मूल्य

माल की प्रति इकाई के हिसाब से जो मूल्य क्रेता, विक्रेता को अदा करता है उसे माल का 'मूल्य' कहते हैं। यह मूल्य, नाप, सख्या या तौल की इकाइयों के आधार पर लगाया जाता है। सौदा तै होने पर विक्रेता को चाहिये कि वह उतना ही मूल्य ले जितनी कि वस्तु उसने दी है परन्तु प्राय यह देखा जाता है कि वह उससे कुछ अधिक मूल्य चार्ज कर लेता है। (१) इसका कारण है उसे माल के सम्बन्ध मे ऐसे अनेकों कार्य करने पडते हैं जो क्रेता अपने घर बैठे हुये नही कर सकता।

जैसे माल को विक्रेता के गोदाम से रेलवे स्टेशन तक ले जाना, कुलियो द्वारा माल लदाना, बीमा कराना, रेल भाडा चुकाना आदि। इन कामो को विक्रेता अधिक आसानी से कर सकता है अतएव इन कामो को वह ग्राहक की ओर से कर देता है और उनका खर्चा मूल्य के साथ वसूल कर लेता है। (२) प्राय ऐसा भी देखा जाता है कि माल का मूल्य खर्चा जोड कर ग्राहक को बताया जाता है। ऐसी दशा मे अलग से खर्चे नहीं लिये जाते। किस कार्य के लिए खर्च शामिल किया गया है यह मूल्य के पहले लगे हुए विशेषण को देखने से पता लग सकता है। विभिन्न खर्च जुडे होने के कारण मूल्य कई तरह के हो जाते हैं। अन्य शब्दों मे मूल्य निम्न प्रकार से सूचित किये जा सकते हैं —

(१) स्थानीय मूल्य (Loco Price)—यह केवल माल का मूल्य है। इसमे किसी प्रकार का कोई खर्चा नही जुडा होता। ग्राहक को चाहिए कि वह माल को विक्रेता के स्थान से उठा ले और अपने गोदाम तक पहुँचाने का स्वयं प्रबन्ध करे। यदि वह उसका प्रबन्ध व्यापारी से ही कराना चाहता है तो उसे अलग से व्यय देना होगा।

(२) स्टेशन पर मूल्य (At Station Price)—इस मूल्य मे माल के मूल्य के अलावा कुछ सेवाओ का व्यय भी शामिल है। वे सेवायें निम्न है —माल को पैक करने का खर्चा, व्यापारी के गोदाम से निकट के स्टेशन तक (जहाँ माल रेल पर लदेगा) भेजने का खर्चा। माल पैक करना और स्टेशन तक माल पहुँचाने की विक्रेता की जिम्मेदारी है। इन सेवाओ के लिये वह अलग से व्यय नहीं लेगा परन्तु जैसे ही माल स्टेशन पर पहुँचता है, उसकी जिम्मेवारी समाप्त हो जाती है। अत यदि वह इसके आगे कुछ सेवा अथवा कार्य करता है तो उसका व्यय वह ग्राहक से अलग वसूल करेगा।

(३) रेल पर मूल्य (Price on Rail)—इसमे माल के वास्तविक मूल्य के अलावा पैकिंग, निकटवर्ती स्टेशन तक ढुलाई तथा रेलगाडी मे लदाई का मूल्य सम्मिलित रहता है। उसके बाद यदि विक्रेता कोई खर्च करता है तो वह बनाये गये इस मूल्य के अलावा ग्राहक से वसूल किया जावेगा। यदि इसमे रेल का भाडा भी शामिल कर लिया जावे तो इसे गन्तव्य स्टेशन मूल्य कहते हैं।

(४) मूल्य तथा भाडा (Cost and Freight)—इस मूल्य मे माल का मूल्य तो शामिल है ही साथ ही माल को व्यापारी के गोदाम से स्टेशन तक पहुँचाने, रेल पर लादने और ग्राहक के स्टेशन तक का जितना व्यय हो वह सब इसमे शामिल रहता है। इसका अर्थ है कि ग्राहक अपने स्टेशन पर माल आने पर उसको रेल से उतरवाने तथा अपने गोदाम तक पहुँचाने के खर्चे स्वयं देगा। यदि वह इसकी जिम्मेवारी विक्रेता पर ही डालना चाहता है तो उसका व्यय अलग से बनाये गये मूल्य के अलावा चुकाना पडेगा।

(५) मूल्य, बीमा तथा भाडा (Cost, Insurance and Freight)—इस मूल्य मे माल का वास्तविक मूल्य, पैकिंग, निकटवर्ती स्टेशन तक ढुलाई, रेल किराया तथा बीमा व्यय सम्मिलित रहते हैं। इसका यह अर्थ है कि माल को ग्राहक के स्टेशन तक सुरक्षित पहुँचा देने का सारा खर्च विक्रेता स्वय देगा लेकिन इसके आगे क्रेता ही जिम्मेदार है। यदि वह आगे कोई काम कराना चाहता है तो उसका व्यय अलग से चुकाना पडेगा।

(६) सर्व व्यय-मुक्त-मूल्य (Franco)—इस मूल्य मे माल के मूल्य के अलावा माल को विक्रेता के गोदाम से ग्राहक के गोदाम तक पहुँचाने का खर्च भी शामिल है। ग्राहक को मूल्य के अलावा अलग से कोई भी व्यय देना नही पडेगा। विभिन्न मूल्यो का अर्थ निम्न से भली प्रकार प्रकट हो जाता है —

स्थानीय मूल्य = माल का मूल्य
स्टेशन पर मूल्य = माल का मूल्य + पैकिंग + गाडी भाडा
रेल पर मूल्य = माल का मूल्य + पैकिंग + गाडी भाडा + रेल लदाई
मूल्य एवं भाडा = माल का मूल्य + पैकिंग + गाडी भाडा + रेल लदाई + रेल किराया
मूल्य भाडा एव बीमा = माल का मूल्य + पैकिंग + गाडी भाडा + रेल लदाई + रेल किराया + बीमा
सर्व-व्यय मुक्त मूल्य = माल का मूल्य + पैकिंग + गाडी भाडा + रेल लदाई + रेल किराया + बीमा + अन्य व्यय।

(V) मूल्य का भुगतान

साधारणत मूल्य का भुगतान और माल की सुपुर्दगी एक ही समय पूरी होने वाली शर्तें हैं अर्थात् ग्राहक को माल लेते समय ही भुगतान कर देना चाहिए। यो क्रेता और विक्रेता को अधिकार है कि वे जब चाहे भुगतान देना और लेना तय करें। सुन्दर तो यह होगा कि भुगतान का समय पहले से तय कर लिया जाये जिससे बाद को आपस मे मन-मुटाव न हो। भुगतान का जो समय एक बार तय हो जाय उसका दोनो पक्षो को पालन करना आवश्यक है नही तो साख गिरती है, मुकदमे आदि का झंझट करना पडता है और परस्पर हमेशा के लिए सम्बन्ध बिगड जाते हैं। मूल्य किस प्रकार चुकाया जावेगा इसे सूचित करने के लिये व्यापार मे कुछ विशेष शब्द प्रयोग होने लगे हैं जिनका वर्णन इस प्रकार है —

(१) तात्कालिक भुगतान (Spot Cash) तात्कालिक भुगतान का अर्थ यह है कि बिक्री के स्थान पर ही मूल्य नकद चुका दिया जायेगा।

(२) शीघ्र भुगतान (Prompt Cash) का अर्थ यह है कि माल की सुपुर्दगी के बाद दो या तीन दिन के अन्दर ही दाम चुका दिये जायेंगे। इसके अन्तर्गत कोई बट्टा नही काटा जाता। कहीं-कहीं बाजार के चलन के अनुसार शीघ्र भुगतान का अर्थ एक सप्ताह या १५ दिन के अन्दर भी भुगतान देना होता है।

(३) ३ प्रतिशत शीघ्र भुगतान (Three percent prompt cash) का अर्थ है कि मूल्य का भुगतान यदि दो-तीन दिन मे ही किया जाय तो ३% बट्टा काटा जावेगा। इसके पश्चात् भुगतान करने पर बिना बट्टा काटे माल का मूल्य चुकाना पड़ेगा।

मूल्य का भुगतान करने से सम्बन्धित शर्तें

(१) तात्कालिक भुगतान (Spot Cash)
(२) शीघ्र भुगतान (Prompt Cash)
(३) ३% शीघ्र भुगतान (3% Prompt Cash)
(४) ५% नगद (5% for cash)
(५) महीने भर मे ५% (5% within a month)
(६) ३ माह में पूर्ण भुगतान (Three months net)
(७) आदेश के साथ भुगतान (C W. O.)
(८) सुपुर्दगी के साथ भुगतान (C. O D)
(९) सुपुर्दगी के पूर्व भुगतान (C B. D)
(१०) अधिकार पत्र पाते समय नगद (C D.)
(११) स्वीकृति पर अधिकार पत्र (D A.)
(१२) बिल के भुगतान पर अधिकार पत्र (D P)

(४) ५% नकद (5% for cash) का अर्थ यह है कि यदि रकम का भुगतान एक सप्ताह के अन्दर दे दिया जाय तो भुगतान की जाने वाली रकम में ५% के हिसाब से बट्टा दिया जावेगा।

(५) महीने भर में ५% (5% within a month) का अर्थ है कि एक महीने के अन्दर भुगतान करने पर ५% बट्टा दिया जावेगा।

(६) तीन मास में पूरा भुगतान (Three months net) का अर्थ है कि भुगतान करने के लिए ३ मास की अवधि दी जाती है, भुगतान पूरा करना होगा कोई बट्टा नहीं जावेगा।

(७) आदेश के साथ भुगतान (Cash with order or C.W. O.) का अर्थ है कि खरीददार को आदेश के साथ दाम भेजने होगे। यदि आर्डर के साथ रुपया न आया तो विक्रेता माल न भेजेगा।

(८) सुपुर्दगी के साथ भुगतान (Cash on delivery or C. O D) का अर्थ है कि भुगतान माल की सुपुर्दगी के समय किया जावेगा। जब तक दामो का भुगतान नही होगा तब तक माल की सुपुर्दगी नही दी जावेगी।

(९) सुपुर्दगी के पूर्व भुगतान (Cash before delivery or C B D) का अर्थ है कि भुगतान सुपुर्दगी के पहले करना होगा।

विदेशी व्यापार मे और कुछ सीमा तक देशी व्यापार मे भुगतान के निम्न ढग भी प्रचलित हैं :—रेल या जहाज की बिल्टी किसी बैंक द्वारा ग्राहक को भेजी

जाती है और उसको यह आदेश दिया जाता है कि उक्त बिल्टी को पाने वाले के सुपुर्द तभी करे जब पाने वाला साथ मे लिखा गया बिल स्वीकार कर ले या चुकादे। यह बैंक रुपया सग्रह होने पर ग्राहक के खाते मे जमा कर देता है।

(१०) अधिकार पत्र पाते समय नकद (Cash against documents or C. D) का अर्थ है कि बैंक बिल्टी पाने वाले को तभी देगा जब वह पूरा मूल्य चुका देगा।

(११) स्वीकृति पर अधिकार पत्र (Documents against acceptance or D A) का अर्थ है कि विक्रेता ने बिल्टी बैंक द्वारा भेजी है जो क्रेता के साथ मे भेजे गये बिल पर स्वीकृति देने पर ही दी जायेगी।

(१२) बिल के भुगतान पर अधिकार पत्र (Documents against payment or D. P) का अर्थ है कि जिस समय बिल्टी बैंक द्वारा क्रेता के समक्ष प्रस्तुत की जावे उसी समय साथ भेजे गये बिल का भुगतान कर देना चाहिए, नही तो बिल्टी नही दी जावेगी।

यहां पर हमे बट्टा, कटोती या छूट के बारे मे बता देना आवश्यक है। भुगतान से सम्बन्धित बट्टा, जिसे नकद बट्टा (Cash discount) कहते हैं, व्यापारिक छूट से भिन्न है। व्यापारिक छूट थोक विक्रेता द्वारा फुटकर विक्रेता को दी जाती है और इसलिए दी जाती है कि वह थोक विक्रेता के नियत किये हुए मूल्य पर बेच कर कुछ लाभ कमा ले, अधिक मात्रा मे माल खरीदने पर जो छूट दी जाती है, वह भी व्यापारिक छूट ही है। व्यापारिक छूट का भुगतान से कोई सम्बन्ध नही होता। जैसे ही कोई सौदा होता है व्यापारिक छूट काट दी जाती है चाहे भुगतान कभी हो या न हो। इसी कारण हिसाब की किताब मे शुद्ध रकम ही दिखाई जाती है लेकिन नकद छूट सौदा होते ही नही काटी जाती है। यदि निश्चित समय के अन्दर भुगतान कर दिया जाए, तभी वह काटी जावेगी। यदि भुगतान समय के अन्दर नही किया गया तो इसे काटने की आवश्यकता नही पडेगी। अतः नकद बट्टा घटाये बिना माल के कुल मूल्य से हिसाब मे प्रविष्ट करली जाती है और जब बट्टा काटा जाता है तब ही उसकी प्रविष्टि भी कर देते हैं। इस प्रकार नकद बट्टा उधार लेने वाले ग्राहकों को समय के अन्दर रुपये चुकाने के लिये दिया गया प्रलोभन है।*

(VI) माल की सुपुर्दगी

क्रेता और विक्रेता के मध्य यह भी तै होना चाहिए कि सुपुर्दगी कब, कहाँ और किस तरह दी जावेगी। माल की सुपुर्दगी बड़ी महत्वपूर्ण है क्योंकि इस पर ही माल के स्वामित्व का प्रश्न निर्भर रहता है और स्वामित्व के साथ जोखिम जाता

*यदि दोनों ही प्रकार का बट्टा एक समय काटा जाना हो, तो विद्यार्थी याद रखें कि पहले व्यापारिक बट्टा कटेगा, और जो रकम शेष बचे उस पर नकद बट्टा निकलेगा।

है अर्थात् जो भी स्वामी होगा उसे ही जोखिम भुगतनी पडती है। माल की सुपुर्दगी के समय, स्थान और ढङ्ग के सम्बन्ध में तै हुई शर्तों के अनुसार कुछ साकेतिक शब्दो का प्रयोग किया जाता है, जिनका अर्थ भली प्रकार समझ लेना चाहिये।

(१) सुपुर्दगी का ढङ्ग

विक्रेता का कर्तव्य है कि वह क्रेता को उतनी ही मात्रा सुपुर्द करे जितनी उसने मँगाई है नही तो ग्राहक माल लौटा सकता है। माल की सुपुर्दगी मे दो बातें शामिल हैं—कब्जे का परिवर्तन और स्वामित्व का परिवर्तन। यदि कोई आपको अपना हैट रखने के लिये दे दे तो यह कब्जे का परिवर्तन कहलायेगा स्वामित्व का नही क्योंकि इस प्रकार हैट पाने से आप उसके स्वामी नही हो जाते। इसी प्रकार यह सम्भव है कि आप माल के स्वामी बन जायें और माल पर आपका कब्जा न हो। जैसे, विक्रेता को आपने एक सेर चीनी के, जो बन्द है, दाम दे दिये तो इस दशा मे आप माल के स्वामी तो हो गये लेकिन कब्जा आपको नही मिला। अतएव पूर्ण सुपुर्दगी तभी होगी जब दोनो ही बातें हों—माल का कब्जा भी और स्वामित्व भी। माल का कब्जा दो प्रकार से दिया जा सकता है (i) वास्तविक रूप से या (ii) सांकेतिक रूप से। जब वास्तविक माल ही क्रेता के हवाले कर दिया जाये तो इसे वास्तविक सुपुर्दगी (Actual delivery) कहेंगे और यदि माल इस प्रकार रख दिया जावे कि जब चाहे क्रेता उसको ले सकता है तो इसे साकेतिक सुपुर्दगी कहते हैं। जैसे माल गोदाम की ताली दे देना, माल की साकेतिक सुपुर्दगी है। माल किस ढङ्ग से पहुँचाया जाय, यह बात भी क्रेता और विक्रेता के बीच तै हो जानी चाहिए। यदि कोई बात तय नही हुई है तो साधारण व्यापारिक प्रथा के अनुसार माल को पहुँचा देना चाहिए।

माल की सुपुर्दगी सम्बन्धी शर्तें

(१) सुपुर्दगी का ढंग
- (i) वास्तविक सुपुर्दगी।
- (ii) साकेतिक सुपुर्दगी।

(२) सुपुर्दगी का स्थान
- (i) सौदे के स्थान पर सुपुर्दगी।
- (ii) घाट पर सुपुर्दगी।
- (iii) जहाज से निकलता सुपुर्दगी।
- (iv) सरकारी गोदाम पर सुपुर्दगी।

(३) सुपुर्दगी का समय
- (i) तैयार सुपुर्दगी।
- (ii) शीघ्र सुपुर्दगी।
- (iii) शीघ्र बिक्री होने पर सुपुर्दगी।
- (iv) निकट सुपुर्दगी।
- (v) आगामी सुपुर्दगी।
- (vi) माल के आ जाने पर सुपुर्दगी।

(२) सुपुर्दगी का स्थान

यदि क्रेता और विक्रेता के मध्य कोई बात तै नहीं हुई है तो माल की सुपुर्दगी विक्रेता के गोदाम पर ही की जावेगी। क्रेता और विक्रेता को अधिकार है कि

वे परस्पर सुपुर्दगी का स्थान निश्चित कर लें। सुपुर्दगी का स्थान सूचित करने के लिए निम्न शब्द प्रयोग किए जाते हैं :—

(i) **सौदे के स्थान पर सुपुर्दगी (Spot delivery)** का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी सौदा तै होने के स्थान पर ही होगी और तुरन्त ही की जा सकती है।

(ii) **घाट पर सुपुर्दगी (Ex quay)** का अर्थ है कि जिस समय माल घाट पर आ जाय खरीददार उसी समय माल की सुपुर्दगी ले सकता है।

(iii) **जहाज से निकलता सुपुर्दगी (Ex-ship or Free over-side)**—का अर्थ है कि गन्तव्य बन्दरगाह पर जहाज के आ जाने पर खरीदार को माल की सुपुर्दगी दी जावेगी अर्थात् खरीददार को माल उतारने की व्यवस्था स्वयं करनी पड़ेगी और जहाज से हटते ही विक्रेता पर कोई जिम्मेदारी न रहेगी।

(iv) **सरकारी गोदाम पर सुपुर्दगी (Ex-warehouse)** का अर्थ है कि खरीददार को माल की सुपुर्दगी सरकारी माल गोदाम के दरवाजे पर मिलेगी और उसे वहाँ से ले जाने का दायित्व भी खरीददार का है।

(३) सुपुर्दगी का समय

क्रेता और विक्रेताओं के मध्य यदि कोई समय तय न हुआ हो तो माल की सुपुर्दगी उचित समय के अन्दर की जावेगी। उचित समय क्या है यह प्रत्येक मामले की अलग-अलग दशा पर निर्भर है। तै हुए समय के अनुसार निम्न शब्द प्रयोग किये जा सकते हैं —

(i) **तैयार सुपुर्दगी (Ready delivery)** का अर्थ है कि माल तुरन्त सुपुर्दगी के लिए तैयार है।

(ii) **शीघ्र सुपुर्दगी (Prompt delivery)** का अर्थ है कि माल सुपुर्दगी के लिए तैयार है और खरीदार सौदा होते ही सुपुर्दगी ले सकता है। कहीं-कहीं इसका अर्थ यों भी लगाया जाता है कि माल की सुपुर्दगी थोड़े ही दिनों में दे दी जावेगी।

(iii) **शीघ्र बिक्री होने पर सुपुर्दगी (Delivery on prompt sale)** का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी उस दिन की जावेगी, जिस दिन माल की सुपुर्दगी और उसका भुगतान दोनों काम करना तै हुआ है।

(iv) **निकट सुपुर्दगी (Near delivery)** का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी कुछ दिनों के अन्दर होने वाली है।

(v) **आगामी सुपुर्दगी (Forward delivery)** का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी किसी आगामी दिन दी जावेगी, जैसे यदि सौदा मई में हो और सुपुर्दगी देना अगस्त में तै हो तो यह आगामी सुपुर्दगी कहलायेगी।

(vi) **माल के आ जाने पर सुपुर्दगी (To arrive)**—का अर्थ है कि माल रास्ते में है और उसके आते ही सुपुर्दगी, दे दी जावेगी। इस शर्त के अन्तर्गत यदि माल नहीं आया तो विक्रेता सुपुर्दगी देने के लिए बाध्य नहीं होगा।

निष्कर्ष—जिन शर्तों का ऊपर वर्णन किया गया है उनका पालन करना दोनों पक्षों के लिए अनिवार्य है। यदि कोई पक्ष इनका उल्लघन करता है तो उसे दूसरे पक्ष के विरुद्ध कुछ कानूनी अधिकार प्राप्त होते हैं। कुछ ऐसी भी बातें हैं जो यदि क्रेता और विक्रेता में तै न भी हों तो भी कानून द्वारा उनका पालन कराया जाता है और यदि कोई पक्ष इनका पालन नहीं करता तो उस पर दूसरे पक्ष को कुछ अधिकार प्राप्त हो जाते हैं।

Standard Questions

1 Discuss the special points to be decided at the time of entering into a contract of sale

2 In what various ways can the quality of goods be indicated ? Illustrate with examples

3 What are the terms often used in connection with the weight of goods purchased ? How is the value determined ?

4. Distinguish between —

   (a) A sample and A Pattern

   (b) Cash discount & Trade discount

   (c) Constructive Delivery and Actual delivery

६

माल भेजने के ढंग
(Despatch of Goods)

प्रारम्भिक—प्रस्तुत अध्याय मे हम उन ढगो का वर्णन करेगे जिनके द्वारा देशी व्यापार मे माल एक स्थान से दूसरे स्थान को भेजा जाता है। जैसा कि हम आपको पहले बता आए है, यातायात को उन्नति पर ही व्यापार का विस्तार निर्भर है। प्राचीन काल मे यातायात के साधन बहुत धीमे, व्ययशील तथा जोखिमो से परिपूर्ण थे इसलिए व्यापार भी बहुत सकुचित क्षेत्र मे होता था। परन्तु आज स्थिति बहुत बदल गई है। विज्ञान की कृपा से यातायात के द्रुतगामी, सस्ते और सुरक्षित साधन उपलब्ध हो गये हैं जिनके कारण व्यापार विश्व-व्यापी हो गया है। यह नही समझना चाहिये कि प्राचीन साधन लोप हो गये हैं। सच तो यह है कि पुराने साधन नये साधनो के साथ थोडे-बहुत रूप मे आज भी विद्यमान हैं। यातायात के मुख्य साधन इस प्रकार वर्गित किये जा सकते हैं —

(1) थल-यातायात

(१) **मनुष्य**—आदि काल से मनुष्य भार उठाने का साधन रहा है। आजकल भी पिछडे हुए देशों मे वह बोझा ढोने का एक मुख्य साधन है। पहाडी प्रदेशो मे भी

मनुष्य बोझा ढोता है। सभ्य देशों में नगरो के अन्दर छोटे-छोटे पार्सल ढोने के लिए मनुष्यों का ही प्रयोग किया जाता है। आजकल इन्हे पल्लेदार, कुली आदि नामों से पुकारा जाता है। साधारण भारतीय कुली दो मन से लेकर तीन मन तक बोझा बडी फुर्ती के साथ ले जाता है। इनका प्रयोग उस दशा में विशेष रूप से किया जाता है जबकि माल अधिक भारी नहीं है तथा थोडी ही दूर भेजना है। अन्य शब्दों में वह स्थानीय सुपुर्दगी के लिए काम आता है।

(२) पशु—सभ्यता की उन्नति के साथ-साथ जब मनुष्य को पशु के गुण मालूम हुए तो वह उनको बोझा ढोने के काम में भी लाने लगा और इस प्रकार उसने अपना बोझा हल्का कर लिया। दूर-दूर तक इनकी पीठ पर अपनी गृहस्थी का सामान एव अन्य पैदावार लेकर घूमना सम्भव हो गया। आज भी इनका महत्व काफी है। ये पशु ग्रामों से नगरो और नगरो से ग्रामों को ईंधन, मिट्टी, अनाज आदि लाते ले जाते हैं। पहाडी प्रदेशों में भी ये बोझा ढोने के काम में आते हैं। नगरों के व्यापारी इनका कम प्रयोग करते हैं। पशु यातायात के कई विशेष लाभ हैं। प्रथम तो पशु बहुत सस्ती लागत पर ही पाले जा सकते हैं। द्वितीय भारत की अविकसित यातायात व्यवस्था में ये कच्ची सडकों पर बहुत अच्छी प्रकार से चल सकते हैं।

(३) ठेले और गाड़ियाँ—ठेले और गाडी में यह अन्तर है कि जबकि ठेल मनुष्य द्वारा खींची जाती है, गाडी को पशु खींचते हैं। ग्रामवासी बैल गाडियों द्वारा अपनी पैदावार मण्डियों में लाते है क्योंकि वे अपने हल चलाने वाले बैलों को ही गाडियों में जोत सकते हैं। शहरों मे ठेले और बैलगाडी स्टेशन से गोदाम तक माल लाने और ले जाने में और स्थानीय सुपुर्दगी के लिए प्रयोग किये जाते हैं। आजकल गाडी के पहिये रबड-टायर के भी बनने लगे हैं।

(४) मोटर लारियाँ—थल यातायात का यह एक नवीन व महत्वपूर्ण साधन है* जो शक्ति द्वारा चलाये जाते हैं। इनके द्वारा देश में दूर-दूर तक माल भेजना रेलो से भी अधिक महत्वपूर्ण होता जा रहा है क्योंकि प्रथम तो, यह हमारी सुविधानुसार समय पर माल ले जा सकती हैं। द्वितीय, हमारे गोदाम से माल लेकर ग्राहक के द्वार तक माल छोड़ सकती है। तृतीय, माल भेजने में अधिक सावधानी बरती जाती है क्योंकि मोटर का अधिकारी उस पर व्यक्तिगत ध्यान देता है। चतुर्थ, रेलों के समान इसमें अनेक प्रकार के फार्म आदि भरने की आवश्यकता नहीं होती। यदि माल थोडा भेजना है और बहुत अधिक दूर तक नहीं भेजना है तो यातायात का यह ढग अन्य की अपेक्षा सस्ता भी पडता है। पाँचवें, माल पाने वाले के पास अपेक्षाकृत शीघ्र पहुँचाया जा सकता है, क्योंकि इसके लिये विभिन्न स्टेशनों पर ठहरने का झंझट आदि नहीं होता। बडे-बडे व्यापारी अपनी प्राइवेट लारियाँ रखते हैं जिनकी बॉडी पर वे अपना

---

*सडक से माल ले जाने वाले साधनों में मोटरों का इतना महत्व है कि सडक यातायात से प्राय मोटर यातायात का ही अभिप्राय समझा जाता है।

व्यापार सम्बन्धी विज्ञापन भी प्रदर्शित करते हैं। इनके अतिरिक्त पेशेवर मालिकों की लारियाँ भी होती हैं जिन्हें वे किराये पर चलाते हैं। कुछ कम्पनियों तो एक प्रान्त ही नहीं कई प्रान्तों में अपना जाल फैलाये हुए हैं। ये रेलों के समान माल भेजने की रसीद जारी करती हैं जिनका बेचान करके माल मनोवांछित व्यक्ति को दिलवाया जा सकता है।

(५) ट्रामें (Tramways)—कुछ बड़े नगरों में ट्राम गाड़ियाँ चलती हैं। इनके द्वारा हलके तथा छोटे पासल ही नगर के अन्दर भेजे जा सकते हैं।

(६) डाकखाना—जैसा कि हम "डाकखाने की व्यापारिक सहायता" नाम को तृतीय पुस्तिका में वर्णन कर आये हैं, हल्के और छोटे पार्सल तथा मूल्यवान वस्तुयें, डाकखाने द्वारा पैकिट, पार्सल, रजिस्टर्ड पैकिट तथा पार्सल, बीमा कराये हुये पैकिट और पार्सल अथवा वी० पी० रीति से भेज सकते हैं। व्यापार में इनका उपयोग हल्की, छोटी तथा मूल्यवान वस्तुओं के यातायात तक ही सीमित है।

रेलों द्वारा माल भेजना

(७) रेलें—आधुनिक युग की महान विजय रेलों का आविष्कार है जिन्होंने व्यापारिक क्षेत्र में हलचल मचा दी। अधिकांश व्यापार रेलों द्वारा ही होता है विशेषत देशी व्यापार तो रेलों के कारण ही वृद्धि को प्राप्त हुआ है। रेलों से यातायात के निम्न लाभ हैं —

१ रेल द्वारा देश के एक कोने से दूसरे कोने तक माल पहुँचाया जा सकता है।

२ इनके द्वारा माल भेजने में, विशेषकर दूरी के यातायात में, कम व्यय होता है।

३ इनके द्वारा बड़ी मात्रा में माल भेजा जा सकता है।

४ यह माल ले जाने का एक द्रुतगामी साधन है।

रेलों द्वारा माल दो प्रकार से भेजा जा सकता है—मालगाड़ी द्वारा अथवा सवारी गाड़ी द्वारा। रेलवे कम्पनी माल अपनी जोखिम पर भी ले जाती है और भेजने वाले की जोखिम पर भी। जो माल ठीक प्रकार से पैक नहीं होता या जिसके टूटने-फूटने या खराब होने का डर हो उसे रेलवे सदैव भेजने वाले की जोखिम (Owner's risk) पर ले जाती है। यदि माल टूटने-फूटने वाला नहीं है तथा रेलवे के नियमानुसार बँधा हुआ है तो रेलवे कम्पनी अपनी जोखिम (Company's risk) पर ले जाती है। प्रथम दशा में रेलवे कम्पनी माल को पहुँची किसी क्षति के लिये तब ही उत्तरदायी होगी जबकि यह सिद्ध हो जाय कि ऐसी क्षति रेलवे कर्मचारियों की असावधानी या, जान-बूझ का परिणाम है। अत जब माल छुड़ाया जाय तो पाने वाले को चाहिए कि यदि माल में कोई टूट-फूट मालूम पड़े तो तुरन्त ही उसे स्टेशन पर नियुक्त माल-निरीक्षक (Goods Inspector) के ध्यान में ला दे और प्रमाण-पत्र प्राप्त कर ले

जिससे बाद मे हर्जाना वसूल करने मे कठिनाई न हो। दूसरी दशा मे पहुँची किसी भी क्षति के लिये रेलवे कम्पनी ही उत्तरदायी होती है। पाने वाले को टूट-फूट के सम्बन्ध मे निरीक्षक से प्रमाण-पत्र प्राप्त करना नही भूलना चाहिए।

रेलों द्वारा माल भेजने का ढंग इस प्रकार है

(१) गाडी का निश्चय करना—माल भेजने वाले को चाहिए कि सर्वप्रथम वह इस बात का निश्चय करे कि माल सवारी गाडी से भेजा जाय अथवा माल गाडी से। सवारी गाडी माल गाडी की अपेक्षा माल जल्दी पहुँचाती है इसलिये उसका किराया अधिक लगता है। प्राय छोटी पार्सल या मूल्यवान वस्तुये, शीघ्र बिगडने वाले पदार्थ एव जल्दी सुपुर्दगी का माल सवारी गाडी द्वारा भेजा जाता है। भारी तथा साधारण माल जिसकी सुपुर्दगी के लिये जल्दी न हो प्राय माल गाडी द्वारा ही भेजा जाता है। युद्ध काल मे तथा युद्ध के उपरान्त गाडियो मे माल ले जाने के लिये स्थान की बहुत कमी अनुभव की गई और बहुधा लदान (Loading) रेलवे अधिकारियो द्वारा बन्द कर दिया जाता था और वैगनो की पर्याप्त मात्रा मे उपलब्धि नही होती थी। वैगनो की कमी तो आज भी अनुभव की जा रही है। इसलिए व्यापारी को चाहिए कि वह सम्बन्धित स्टेशन से पूछ कर इस बात का पता लगा ले कि वैगन मिल सकता है या नहीं जिससे बाद मे उसको परेशान न होना पडे।

रेलों द्वारा माल भेजने के ढग से सम्बन्धित ८ बातें

(१) गाडी का निश्चय करना।
(२) माल पैक करना, लेबिल लगाना आदि।
(३) माल को स्टेशन ले जाना।
(४) गाडी से भेजने के लिए प्रार्थना-पत्र भरना।
(५) जोखिम-पत्र
(६) रेलवे अधिकारी को माल की सुपुर्दगी।
(७) बिल्टी।
(८) बिल्टी का बेचान करना।

(२) माल पैक करना, लेबिल लगाना आदि—माल को रेलगाडी से भेजते समय पैकिंग के सम्बन्ध मे बडी सावधानी रखनी चाहिए। यह तो हम सभी का अनुभव है कि डिब्बो मे माल लादते समय अथवा उतारते समय रेलवे के कुली कितनी बेदर्दी मे काम लेते हैं। उल्टा सीधा, बहुत ऊपर से और बहुत जोर से माल को पटक देते हैं। यदि पैकिंग ठीक न हुआ तो माल को हानि पहुँचने का भय रहता है। साथ ही रेलवे कम्पनी भी उसे अपनी जोखिम पर नही ले जावेगी। पैकिंग प्राय काठ, टीन, जूट, चटाई आदि का, जैसी भी आवश्यकता हो, किया जाता है। माल के पैकिंग के लिये बडे कार्यालयो मे तो विशेषज्ञ नियुक्त किये जाते हैं।

पैकिंग के ऊपर पाने वाले का नाम और पता साफ-साफ लिख देना चाहिए। प्राय: नाम और पता एक चिट पर लिखकर पैकिंग पर चिपका दिया जाता है और साथ ही गहरी स्याही से पैकिंग की वस्तु के ऊपर लिख भी दिया जाता है। यदि चिट

फट जाय अथवा मिट जाय तो पैकिंग की वस्तु का पता तो सुरक्षित रहेगा। पाने वाले को सुविधा के लिये पैकिंग पर सूचक चिन्ह भी डाल देना चाहिए जिनकी सहायता से गन्तव्य स्टेशन पर माल पहुँचने पर पाने वाला ढेर मे से अपना बण्डल सुगमतापूर्वक छाँट सके।

यदि कोई टूटने-फूटने वाली वस्तु जैसे काँच आदि, भेज रहे हो तो रेलवे कर्मचारियो को सावधान करने के लिये निम्न प्रकार का निर्देश, चिटो पर लिख कर चिपका देना चाहिए, जैसे 'काँच है—सावधान', 'इस भाग को ऊपर रखिये', इत्यादि।

(३) माल को स्टेशन ले जाना—माल का पैकिंग करने के उपरान्त माल को उचित समय के भीतर स्टेशन पहुँचा देना चाहिए जिससे गाडी के छूटने से पूर्व ही माल सुविधापूर्वक ही डिब्बो मे भरा जा सके। स्टेशन तक पहुँचाने के लिये हमे अपनी ओर से व्यवस्था करनी होगी और इसके लिये हम कुली, बैलगाडी, ठेला अथवा लारी की सेवा का प्रयोग कर सकते हैं।

(४) गाडी से भेजने के लिए प्रार्थना-पत्र भरना—स्टेशन के पार्सल क्लर्क से उचित फार्म लेकर प्रार्थना-पत्र भरना चाहिए। यदि माल सवारी गाडी से भेज रहे हैं तो एक 'फारवर्डिङ्ग नोट' (Forwarding Note) लेकर भरना पडेगा। यदि माल मालगाडी से भेज रहे हैं तो एक 'कन्साइनमेंट नोट' (Consignment Note) भरना होगा। ये फार्म मुफ्त मिलते हैं। इनमे भेजने वाले को निम्नलिखित बातें देनी पडती हैं :—

(अ) माल पाने वाले का नाम और पता।

(ब) गन्तव्य स्टेशन का नाम।

(स) बण्डलो की संख्या, तोल एव अन्य विवरण।

(द) भाडा कौन चुकावेगा—पाने वाला अथवा भेजने वाला ?

(इ) भाडे की राशि—इसकी दर मालगाडी और सवारी गाडी, वस्तु के प्रकार तथा कम्पनी की या भेजने वाले की जोखिम के अनुसार भिन्न-भिन्न होती है।

प्रार्थना-पत्र मे भेजने वाला अपने हस्ताक्षर भी करता है। यदि भेजने वाला स्वयं ही माल छुडावेगा तो उसे पाने वाले के स्थान मे 'स्वय' (Self) लिख देना चाहिए।

(५) जोखिम पत्र (Risk Note) भरना—प्रार्थना-पत्र के साथ भेजने वाले को एक जोखिम पत्र भी भरना पडता है जिसमे लिखा रहता है कि माल को स्वामी की जोखिम पर ले जाया जा रहा है अथवा कम्पनी की जोखिम पर। दोनों के लिये अलग-अलग प्रकार के जोखिम-पत्र होते हैं।

(६) रेलवे अधिकारी को माल की सुपुर्दगी—प्रार्थना पत्र और जोखिम पत्र भर कर रेलवे क्लर्क को दिये जाते हैं जो उनका माल से मिलान करता है। यदि

मान का पैकिंग ठीक है, माल टूटने-फूटने वाला या नाशवान नहीं है तो वह कम्पनी की जोखिम पर माल स्वीकार कर लेता है। वह माल की तोल, संख्या आदि भी जाँचता है, भाड़े की गणना करता है और उचित भाड़ा मिलने पर (यदि भाड़ा भेजने वाले को ही देना है) माल अपने कब्जे में ले लेता है और भेजने वाले को माल की रसीद दे देता है।

(७) बिल्टी (Railway Receipt)—माल की वह रसीद जो रेलवे कम्पनी द्वारा माल भेजने वाले को दी जाती है 'बिल्टी' कहलाती है। इसमें निम्नलिखित बातें दी जाती हैं :—

(अ) माल रवाना करने का स्थान।
(ब) गन्तव्य स्टेशन।
(स) माल भेजने वाले का नाम।
(द) माल पाने वाले का नाम।
(इ) माल का विवरण।
(फ) माल की तोल।
(ज) भाड़े की रकम।
(ह) भाड़ा चुका दिया गया है अथवा गन्तव्य स्टेशन पर पाने वाला चुकायेगा।

रसीद के पीछे वे शर्तें भी लिखी होती हैं जिन पर रेलवे कम्पनी माल ले जा रही है। प्रत्येक बिल्टी पर क्रम-संख्या लिखी होती है और उस पर रेलवे अधिकारी के हस्ताक्षर एवं मुहर लगी होती है। यह बिल्टी भेजे हुए माल की रसीद का काम करती है। साथ ही यह उस अनुबन्ध का प्रमाण है जो रेलवे कम्पनी तथा माल के स्वामी के मध्य माल ले जाने के लिये हुआ है। इसके अलावा बिल्टी माल दिलाने का अधिकार-पत्र भी है जिसे दिखाने पर माल बिल्टी लाने वाले को सौंप दिया जावेगा।

(८) बिल्टी का बेचान करना—यदि बिल्टी में पाने वाले के स्थान पर खरीददार का नाम लिखा है तब तो ऐसे ही बिल्टी उसे डाक द्वारा रजिस्टर्ड पत्र से भेज दी जाती है जिससे वह माल पहुँचने पर छुड़ा ले। लेकिन जब पाने वाले के स्थान पर स्वयं भेजने वाले का नाम लिखा है तो गन्तव्य स्टेशन पर माल के पहुँचने पर सुपुर्दगी लेने के लिए बिल्टी को अपने प्रतिनिधि के पास भेजने से पूर्व उस पर बेचान करना भी आवश्यक होगा। बेचान बिल्टी की पीठ पर हस्ताक्षरों से किया जाता है। उसमें रेलवे कम्पनी को माल सुपुर्द करने की आज्ञा दी जाती है। जिस व्यक्ति को सुपुर्दगी की जानी हो उसका नाम खोलना अथवा न खोलना उसकी इच्छा पर निर्भर है।

क्या बिल्टी एक विनिमय साध्य पुर्जा है ?

यह उल्लेखनीय है कि बिल्टी एक अर्द्ध-विनिमय साध्य पुर्जा (Semi Negotiable Instrument) है। यह विनिमय साध्य तो इसलिए है कि उसे बेचान

एव सुपुर्दगी द्वारा दूसरे व्यक्ति को विनिमय किया जा सकता है। लेकिन वह पूर्ण विनिमय साध्य नहीं है क्योंकि उस पर विनिमय साध्य रुक्के की यह विशेषता लागू नहीं होती कि पाने वाले का अधिकार देने वाले की अपेक्षा श्रेष्ठ होगा। यदि वह रुक्के को निर्दोष भाव से, दोष के अनजान मे और मूल्य देकर ले। उदाहरण के लिये, चेक एक विनिमय साध्य रुक्का है। मान लो कोई व्यक्ति A किसी B का एक चेक चुराकर C को दे देता है जो उसे निर्दोष भाव से और मूल्य के बदले लेता है। ऐसी दशा मे यद्यपि A का चेक पर अधिकार दोषपूर्ण है फिर भी C को श्रेष्ठ अधिकार मिल जाता है। लेकिन बिल्टी के विषय मे ऐसा नहीं है। यदि A, B की बिल्टी चुराकर C को दे देता है तो भले ही C ने मूल्य देकर और निर्दोष भाव से बिल्टी को प्राप्त किया हो उसका अधिकार A की भांति ही दोषपूर्ण होगा।

माल पाने वाले को चाहिए कि जैसे ही माल आवे बिल्टी दिखाकर माल छुड़ा ले। यदि भाड़ा चुकाया नहीं गया है तो माल लेते समय ही भाड़ा चुकाना पड़ेगा। रेलवे कम्पनी माल पहुँचने के बाद माल ले जाने के लिए कुछ दिनों की अवधि देती है। यदि इस अवधि के अन्दर माल नहीं छुड़ाया गया तो पाने वाले को विलम्ब शुल्क (Demmurage) देना होगा।

कभी-कभी ऐसा भी होता है कि पाने वाले से माल की बिल्टी खो जाती है। ऐसी दशा मे माल छुड़ाने के लिये क्या करना चाहिये? इसके लिये पाने वाले को चाहिए कि वह स्टेशन अधिकारियो से मिले और उनके सम्मुख समस्त परिस्थिति रखे। विश्वास दिलाने के लिए रेलवे से किन्हीं प्रतिष्ठित व्यक्तियो द्वारा अपने सद्भाव की साक्षी दिलवा देनी चाहिए। यदि अधिकारीगण सन्तुष्ट हो जायें तो वे एक हरजाने का प्रतिज्ञा-पत्र (Indemnity Bond) भरवाकर माल उसे सौंप देंगे। इस प्रतिज्ञा-पत्र पर उचित रूप से टिकट लगाया जाता है और पाने वाला रेलवे कम्पनी के प्रति इस बात की प्रतिज्ञा करता है कि यदि भविष्य मे रेलवे कम्पनी को किसी तीसरे व्यक्ति का दावा पूरा करना पड़े तो प्रतिज्ञा करने वाला रेलवे कम्पनी की क्षति पूर्ण करेगा। यदि रेलवे कम्पनी को पाने वाले की नियत पर कोई शक हो तो वह पहले माल भेजने वाले से पूछताछ करती है और सन्तोषजनक उत्तर प्राप्त होने पर उसे माल दे देती है।

(II) जल यातायात

जल-यातायात के अन्तर्गत, नहर तथा समुद्र द्वारा यातायात सम्मिलित है। देशी व्यापार मे समुद्री यातायात का बहुत कम महत्व है। हाँ, विदेशी व्यापार का तो वह प्रमुख साधन है। दो बन्दरगाहों के बीच होने वाले किंचित देशी व्यापार में समुद्र का हाथ है। नदी और नहरें तो प्राचीन काल मे देशी व्यापार का प्रमुख साधन थीं। लेकिन सड़क और रेलों के विकास से उनका महत्व बहुत घट गया है। अब तो नदी-वर्ती नगरो के बीच नाशवान् पदार्थों के यातायात मे उनका प्रयोग होता है।

हमारी राष्ट्रीय सरकार नदी और नहरों द्वारा यातायात की व्यवस्था को निपुण बनाने के लिये भरसक प्रयत्न कर रही है। नदी यातायात के कुछ विशेष लाभ हैं। इनमें कोई मार्ग बनाने की आवश्यकता नहीं। स्टेशनों आदि के निर्माण जैसा व्यय भी इनमें नहीं करना पड़ता। हिलने से टूटने वाली वस्तुओं के लिए यह यातायात विशेष लाभदायक है। इसका लागत व्यय भी अन्य साधनों की अपेक्षा कम है।

(III) वायु यातायात

यह माल भेजने का सबसे द्रुतगामी साधन है। परन्तु इसके द्वारा माल भेजने में व्यय अधिक पड़ता है। इसके द्वारा बड़े पैमाने पर माल भेजना भी सम्भव नहीं। अतः इस साधन का प्रयोग मूल्यवान और हल्की वस्तुओं के भेजने में ही होता है। देशी व्यापार में तो इसका प्रयोग नहीं के बराबर है।

Standard Questions

1 Briefly describe the produce of sending goods by rail
2 Define R/R What are its contents? Is it negotiable?

७.

बिक्री बढाने के उपाय

(Methods of Increasing Sale)

माल बेचने की समस्या

किसी भी प्रकार का व्यापारी हो, पुस्तक विक्रेता, साइकिल कम्पनी, अनाज का व्यापारी, कपडा विक्रेता अथवा पान वाला, सभी के मुंह पर बस एक बात है कि 'भाई ! दिन बडे खराब आये हैं। सुबह से दोपहर और दोपहर से रात हो जाती है परन्तु बिक्री कुछ भी नही होती।' सचमुच ही माल बेचने की समस्या बडे उग्र रूप मे आज प्रत्येक व्यापारी के सामने उपस्थित है। एक-एक वस्तु की अनेक किस्मे चल निकली हैं और एक-एक किस्म के सैंकडो बनाने और बेचने वाले हैं। दूसरी ओर आज उपभोक्ताओं की दशा बडी खराब है। उनका रहन सहन गिरा हुआ है। वे अधिक वस्तुयें खरीदने मे असमर्थ हैं। इस प्रकार पूर्ति और मॉग का सन्तुलन बिगडा हुआ है। ऐसी परिस्थिति मे यदि बिक्री कम हो जाय, तो एक स्वाभाविक बात है। फिर क्या सतोष करके बैठ जायें ? क्या व्यापारी को अपनी बिक्री बढाने के लिये प्रयत्न नही करना चाहिये ? अवश्य ! प्रत्येक व्यापारी प्रतिदिन दुकान खोलते समय अथवा बत्ती जलाते समय मन ही मन भगवान से यह प्रार्थना करता है कि हे भगवान ! ग्राहक भेजो और मेरी बिक्री कराओ। परन्तु बहुत बडे व्यापारी इस बात को समझते हैं कि बिक्री बढना या न बढना ग्राहक आना या न आना बहुत कुछ उनके निजी प्रयत्नो पर निर्भर है। उसे चाहिये कि वह स्वय भी बिक्री बढाने का प्रयत्न करे, हाथ पर हाथ धर कर भाग्य को कोसता हुआ या दैव दैव पुकारता हुआ न बैठा रहे। ऐसे अनेक साधन हैं जिनमे बिक्री बढाई जा सकती है। इस अध्याय मे इन्ही बातो पर प्रकाश डाला गया है।

बिक्री बढाने के साधन

बिक्री बढाने के अनेक साधन हैं। किस व्यापार मे कौनसा साधन अधिक उपयुक्त होगा अथवा किस स्थान के लिये कौन सा साधन प्रयोग करना चाहिये, इसका निर्णय व्यापार के स्वभाव, स्थान और खुद व्यापारी की आर्थिक स्थिति का

विचार करने के बाद हो सकता है। उदाहरण के लिये, एक कपड़ा विक्रेता के लिये जो साधन उपयुक्त हैं, उनका कार्य विक्रेता के लिये भी उपयुक्त होना आवश्यक नहीं है। बिक्री बढाने के कुछ महत्वपूर्ण साधन निम्नलिखित हैं —

(१) **दुकान की सजधज और व्यवस्था**—दुकान की सजधज से अभिप्राय उसके बाहरी रूप से है जबकि व्यवस्था का आशय दुकान के आन्तरिक रूप से होता है अर्थात् ग्राहक को दुकान बाहर और भीतर दोनो ओर से सुसज्जित एव सुव्यवस्थित लगनी चाहिए। सजावट और व्यवस्था ग्राहक के मन पर अनुकूल प्रभाव डालती है। तनिक कल्पना करिये। आपके किसी मित्र ने बनियान मोल लाने के लिये आपको मोहन होजियरी स्टोर्स का पता दिया। बाजार मे जाने पर आपने मोहन होजियरी स्टोर्स का साइनबोर्ड खोजने का प्रयत्न किया। साइनबोर्ड टेढा लटका हुआ है, वार्निश बरसात पड़ने से धुल चुकी है, अक्षर साफ पढने मे नही आते। दुकान का दर्वाजा आधा बन्द और आधा खुला है। बाहरी अल्मारियो मे माल उल्टा-सीधा पड़ा है। पता नही लगता कि दुकान मे क्या माल मिल सकता है क्या नही। मन मारे हुए अन्दर गये, दिखाई भी नही पड़ता कि कौन कहाँ है, रोशनी का अभाव है, बैठने के लिये कोई कुर्सी नही, खडे ही खडे दुकान के कर्मचारी से बनियानें दिखाने को कहा। जिस नम्बर की बनियान आप चाहते हैं, आसानी से नही निकल रही है, क्योंकि दुकान के अन्दर माल क्रम से नही लगा है। अन्दर बरसो से सफेदी नही हुई है, मिट्टी और गर्द चारो तरफ छाई है। स्पष्ट है कि ऐसी दुकान का आपके मन पर प्रतिकूल प्रभाव पडेगा। भविष्य मे आप कभी भी उसमे जाने का प्रयत्न नहीं करेंगे।

अतएव प्रत्येक व्यापारी का यह कर्त्तव्य है कि वह अपनी दुकान के अन्दर की व्यवस्था और बाहरी सजावट पर पूरा-पूरा ध्यान दे। इसके लिये उसे निम्नलिखित बातों का पालन करना चाहिये —(i) दुकान का साइनबोर्ड कलात्मक ढग से पेन्ट कराके तिरछा टाँगना चाहिये। (ii) दुकान के बाहरी भाग मे माल को अल्मारियो मे आकर्षक ढग से सजा कर रखना चाहिये। इस कार्य के लिये काँच की अल्मारियाँ उत्तम रहती है, क्योंकि अन्दर रखा हुआ माल साफ दिखाई देता है। (iii) अल्मारी के खानो मे रग-बिरगे बल्ब लगे होने चाहियें, जिससे रात के समय माल को देखा जा सके। (iv) बाहरी भाग मे माल इस प्रकार लगाना चाहिये कि एक निगाह मे ग्राहक को यह मालूम हो जाय कि इस दुकान मे अमुक प्रकार का सामान मिलता है। प्राय ऐसा देखा जाता है कि ग्राहक को आवश्यकता नही है लेकिन मार्ग चलते समय दुकान मे लगी हुई किसी नई वस्तु को देखकर वह उत्सुक हो जाता है और उसके बारे मे पूछ-ताछ करने लगता है तथा क्रय-विक्रय होता है। उदाहरण के लिये पुस्तक विक्रेता अपनी काँच की अल्मारियो मे तरह-तरह की पुस्तकें सजा कर रखते हैं, प्रत्येक पुस्तक का शीर्षक बाहर से पढा जा सकता है, नवीन प्रकाशनों की सूचना विशेष बोर्ड लगाकर दी जाती है। कुछ लोग पुस्तको को

पिनप से दबाकर या रस्सी के सहारे दीवाल पर टिका देते हैं। (iv) यह उल्लेखनीय है कि सजावट का ढंग समय-समय पर बदलते रहना चाहिये, क्योंकि एक ही प्रकार से सजावट देखते रहने से ग्राहकों को विरक्ति उत्पन्न होने लगती है। संक्षेप में, बाहरी सजावट ऐसी होनी चाहिये कि ग्राहक का ध्यान उस ओर बरबस खिंच जावे।

बाहरी सजावट की भाँति अन्दर की व्यवस्था भी महत्वपूर्ण है, (i) अन्दर ग्राहकों के बैठने-उठने का उचित प्रबन्ध होना चाहिए। (ii) बहुत तेज या बहुत धीमा प्रकाश ठीक नहीं होता। बिजली के लैम्प का ऐसा प्रबन्ध होना चाहिए कि प्रकाश तो काफी हो परन्तु आँखों के सामने न पड़े। (iii) वस्तुयें ढेर के रूप में न रखी रहे अपितु उनको इस प्रकार क्रम से लगा कर रखें कि माँगते ही ग्राहक को उसकी मन-वाँछित वस्तु प्राप्त हो जाय और उसे अनावश्यक न ठहरना पड़े। (iv) प्रत्येक वस्तु अपने स्थान पर ही रखी हो। इन सब बातों का ग्राहक पर अनुकूल प्रभाव पड़ता है।

बिक्री बढ़ाने के प्रमुख ११ उपाय

(१) दुकान की सजधज एवं व्यवस्था।
(२) व्यापारिक एजेन्ट।
(३) पत्र व्यवहार।
(४) मेले और प्रदर्शनियाँ।
(५) विज्ञापन एवं विक्रय कला।
(६) नमूनों का निर्मूल्य वितरण।
(७) घटे मूल्य पर बिक्री।
(८) विशेष पुरस्कार और बोनस।
(९) विक्रय साहित्य।
(१०) विक्रय का वैज्ञानिक ढंग।
(११) बाजार एवं मण्डियाँ।

(२) व्यापारिक एजेन्ट—बहुत से व्यापारी अपने माल की बिक्री बढ़ाने और ग्राहकों से सम्बन्ध दृढ़ करने के लिये व्यापारिक एजेन्ट रखते हैं, जो स्थान-स्थान का भ्रमण करके ग्राहकों को माल खरीदने के लिये प्रोत्साहित करते हैं। इन एजेंटों के पास छपे हुये और सचित्र सूचीपत्र तथा नमूने होते हैं, जिन्हें दिखा कर वे ग्राहकों से आर्डर प्राप्त करते हैं और अपनी आर्डर बुक में नोट कर लेते हैं। आर्डर की एक प्रति प्रधान कार्यालय को भेज दी जाती है, जहाँ से आर्डर किया हुआ माल ग्राहक के पास आ जाता है। व्यापारिक एजेन्टों की नियुक्ति से निम्नलिखित लाभ होते हैं —

(i) पुराने ग्राहकों के सम्बन्ध दृढ़ होते हैं।
(ii) नये ग्राहक बनाये जाते हैं।
(iii) दूसरे शहरों के भाव और अन्य उपयोगी समाचार मालूम होते रहते हैं।
(iv) ग्राहकों की रुचि पता लगती है कि वह किस प्रकार का माल अधिक पसन्द करते हैं।
(v) व्यापारी को यह पता लगता है कि उसके माल की माँग कहाँ अधिक है और कहाँ कम।

एक सफल एजेन्ट के लिए विक्रय-कला का ज्ञान बड़ा आवश्यक है।

(३) पत्र-व्यवहार—प्रभावशाली और आकर्षक पत्रों द्वारा ग्राहकों की संख्या बढ़ाई जा सकती है। कुछ व्यापारी तो बिक्री के लिए पत्र-व्यवहार पर ही पूरी तरह निर्भर रहते हैं। यह डाक द्वारा व्यापार कहलाता है। इस ढङ्ग में न तो दुकान रखने की आवश्यकता है और न विशेषज्ञ विक्रेता रखने की। इस प्रकार इन दशाओं में व्यय काफी बच जाता है। डाक द्वारा व्यापार का ढङ्ग प्राय इस प्रकार है—पहले तो ऐसे व्यक्तियों और व्यापारियों के पते एकत्रित किये जाते हैं जिनसे आर्डर मिलने की सम्भावना हो। तत्पश्चात् उनको बराबर विक्रय साहित्य भेजा जाता रहता है। यदि पहला पत्र निरुत्तर रहा, तो कुछ समय बाद दूसरा, यदि दूसरा निरुत्तर रहा, तो तीसरा इसी प्रकार आगे भी एक के बाद एक पत्र भेजे जाते रहते हैं जब तक कि आर्डर मिल न जाए। इसे फॉलो-अप (Follow-up) पत्र कहते हैं। पत्र-व्यवहार द्वारा व्यापार के कई दोष हैं:—

(i) ग्राहक और व्यापारी के बीच व्यक्तिगत सम्पर्क नहीं होने पाता, अतः ग्राहक की रुचि का अध्ययन करने का अवसर नहीं मिलता।

(ii) ग्राहक देखकर माल पसन्द नहीं कर सकता और कभी-कभी उसे धोखा भी खाना पड़ता है।

(iii) डाक द्वारा व्यापार अधिकतर नकद होता है, उधार के लिए अवसर कम हैं।

यदि पत्रों के लिखने में अत्यन्त सावधानी से काम लिया जाय, "ईमानदारी सर्वश्रेष्ठ नीति है' इसका व्यवहार में समुचित पालन किया जाय, तो यह साधन बिक्री बढ़ाने का एक अचूक साधन सिद्ध होगा। आजकल तो ऐसे व्यापारी भी, जिनकी बड़ी-बड़ी दूकानें होती हैं, पत्र-व्यवहार के द्वारा आर्डर प्राप्त करने की चेष्टा करते हैं। यह उल्लेखनीय है कि पत्र-व्यवहार द्वारा व्यापार की दशा में विशाल पैमाने पर विज्ञापन की आवश्यकता होगी।

(४) मेले और प्रदर्शनी—मेले तथा प्रदर्शनी भी बिक्री बढ़ाने के सुनहरे अवसर प्रदान करते हैं। इनमें सामान की तो बिक्री होती ही है, व्यापार का विज्ञापन भी होता है। भारत में अधिकतर मेले धार्मिक दृष्टि से लगते हैं और वर्ष पर्यन्त अनेक भागों में चलते रहते हैं। सम्भवत इसीलिये भारत को मेले का देश कहा जाता है। कुम्भ का मेला सबसे अधिक प्रसिद्ध है। लाखों की संख्या में यात्री स्नान के लिये आते हैं और जाते समय बच्चों तथा सम्बन्धियों के लिए वस्तुयें खरीद लाते हैं। इन मेलों का मुख्य उद्देश्य धार्मिक है। हमारे गाँव में भी मेले लगते हैं, जिनमें कृषक अपनी फसलें और कारीगर अपनी दस्तकारी का सामान लाकर बेचते हैं। कुछ मेलों में पशुओं का क्रय-विक्रय होता है। यदि इन मेलों का सरकार पुनर्गठन करे तो इनसे व्यापार में अधिक लाभ हो सकता है।

आधुनिक काल में प्रदर्शनियों का चलन हो गया है। ये प्रदर्शनियाँ मुख्यत. व्यापारिक और औद्योगिक उद्देश्यों की पूर्ति के लिए संगठित की जाती हैं। प्राइवेट

संस्थायें एवं सरकार दोनों ही प्रदर्शनियाँ सगठित करती हैं। इन प्रदर्शनियों में दूर-दूर के व्यापारी अपनी दुकानें भेजते हैं। जनता के मनोरंजन के लिये थियेटर आदि का प्रबन्ध भी रहता है। बड़ी सख्या मे स्त्री-पुरुष प्रदर्शनी देखने को आते हैं।

लाभ—मेले और प्रदर्शनी से निम्न लाभ होते हैं :—

(१) वस्तुओं का बहुत अच्छा विज्ञापन होता है। लोग दूकान के सामने से गुजरते हुए बड़े चाव से दुकान का नाम पढ़ते है और माल देखते हैं। वस्तुत: वे नवीन चीजों के देखने की लालसा से प्रदर्शनी में आते हैं और प्रत्येक दुकान को गौर से देखते हैं।

(२) दूर-दूर के व्यापारी प्रदर्शनियों में आते हैं और उनका परस्पर उठना-बैठना होता है। ऐसी स्थिति में विचार-विमर्श होता है तो आपस में एक-दूसरे के लिए सहानुभूति और सगठन की भावना बढ़ती है।

(३) अन्य व्यापारियों की श्रेष्ठताओं का अध्ययन करने का अवसर मिलता है जिन्हें अपनाकर स्वयं उन्नति की जा सकती है।

(४) प्रदर्शनी मे **थोड़े समय के अन्दर इतना माल बिक जाता है** जितना साधारण दशाओं में दो चार महीनों में भी न बिकता।

(५) इस बात का अवसर मिलता है कि अपने माल के अनेक **नये और स्थायी** ग्राहक बना लिये जायें।

विज्ञापन एवं विक्रय-कला

(५) विज्ञापन—आजकल विज्ञापन शब्द की परिभाषा के अन्तर्गत हम उन सभी साधनों का समावेश करते है, जिनके द्वारा उपभोक्ताओं को नव-निर्मित वस्तुओं की जानकारी प्राप्त होती है। वस्तुओं की माँग में कमी नहीं आने पाती वरन् निरन्तर वृद्धि ही होती है तथा व्यापार की साख जमती है। विज्ञापन का एकमात्र उद्देश्य जनता को विभिन्न वस्तुओं के सम्बन्ध में जानकारी कराना, उपभोक्ताओं के हृदय में वस्तुओं को क्रय करने के लिए कौतूहल पैदा करना, वस्तुओं के उत्तम होने का विश्वास जमाना, जनता के मस्तिष्क में वस्तुओं के गुणकारी होने की छाप लगाना तथा इस प्रकार उनकी माँग में अधिकाधिक वृद्धि करना होता है।

विज्ञापन के गुण

(१) अनेक लोगों को रोजगार—विज्ञापन-व्यवसाय से अनेकों लोगों की आजीविका चलती है। विज्ञापन हेतु चित्रादि बनाने के लिए विशेषज्ञों एवं कलाकारों की आवश्यकता पड़ती है। यही कारण है कि आजकल यह एक स्वतन्त्र व्यवसाय हो गया है। विदेशों में ऐसी अनेक कम्पनियाँ हैं, जो केवल विज्ञापन का ही कार्य करती हैं। हमारे देश में भी अब 'एडवरटाइजिंग एजेन्सीज' की सख्या लगातार बढ़ती जा रही है, जिनमें अनेक कलाकारों तथा अन्य लोगों को रोजगार मिलता है।

(२) समाचार-पत्रों की आय में वृद्धि—प्रायः विज्ञापन विभिन्न प्रकार के समाचार-पत्रों में दिए जाते हैं, जिनसे उन पत्रों की आय बढ़ जाती है। उनकी कुल

आय का लगभग ७० प्रतिशत भाग केवल विज्ञापन से मिलता है तथा शेष ३०% पत्र-पत्रिकाओं के पढने वालो से, अतः स्पष्ट है कि विज्ञापन के ही परिणाम स्वरूप पाठकों को दैनिक समाचार-पत्र, साप्ताहिक पत्र आदि सस्ती दर पर मिल जाते हैं। यदि किसी समाचार-पत्र मे विज्ञापन न दिए जायं, तो उसका मूल्य भी अत्यधिक हो। फलत पाठकों की सख्या भी न्यून होगी एव जन-साधारण को विश्व की घटनाओं की जानकारी मिलना असम्भव अथवा दुर्लभ हो जायगा। इसी आधार पर 'विज्ञापन' को समाचार-पत्रों की आधार-शिला अथवा उनका 'प्राण' कहते हैं।

विज्ञापन के ९ गुण

(१) अनेक लोगो को रोजगार।
(२) समाचार-पत्रों की आय मे वृद्धि।
(३) मध्यस्थों की शृंखला मे कमी।
(४) उत्पादन-व्यय मे मित-व्ययिता।
(५) लोगों को शिक्षा।
(६) जनता को नव-निर्मित वस्तुओं की जानकारी।
(७) विपरीत ऋतु मे भी वस्तुओं का क्रय।
(८) अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा का विनाश।
(९) व्यापार की ख्याति मे वृद्धि।

(३) मध्यस्थों की शृंखला मे कटौती—विज्ञापन की सहायता से मध्यस्थो की शृङ्खला अनावश्यक रूप से न बढकर, न्यूनतम रह जाती है, क्योंकि विज्ञापन द्वारा जनता से प्रत्यक्ष सम्बन्ध स्थापित किया जा सकता है, परिणाम-स्वरूप विक्रय एव वितरण व्यय मे मित-व्ययिता आ जाती है तथा उपभोक्ताओ को कम मूल्य पर वस्तुयें मिलकर उत्पादक का भी लाभ बढता है।

(४) उत्पादन व्यय मे मितव्ययिता—विज्ञापन के सहयोग से उत्पादन व्यय मे भी मितव्ययता लाई जा सकती है। जैसा कि विज्ञापन के द्वितीय उद्देश्य से स्पष्ट है। यह मांग पैदा करके उसको स्थायी रखने का भी प्रयत्न करता है। इससे अधिक मात्रा मे वस्तुओ का उत्पादन सम्भव हो जाता है, जिससे उत्पादन मूल्य भी कम हो जाता है। इस प्रकार वस्तुओ की मांग एव मूल्यो मे स्थिरता आकर जनता का जीवन-स्तर भी ऊँचा उठता है तथा अनेको लोगो को रोजगार मिलता है।

(५) लोगों को शिक्षा—विज्ञापन से लोगो को शिक्षा भी मिलती है। उदाहरण के लिए, दिल्ली, लखनऊ तथा प्रयाग के आकाशवाणी केन्द्रो से महिलाओ के लिए जो विशेष प्रोग्राम होता है उससे उन्हें विविध प्रकार के भोजन बनाने की विधियो तथा कढाई-बुनाई करने के ढङ्गो की जानकारी होती है। इसके साथ ही एक-एक व्यक्ति को वस्तुओ की विशेषता बतलाने मे जितना व्यय होता है उसकी अपेक्षा अत्यधिक कम तथा सस्ते मूल्य पर ही अत्यधिक प्रभावशाली ढङ्ग से इसके द्वारा परिचय करा दिया जाता है।

(६) जनता को नव-निर्मित वस्तुओं की जानकारी—विज्ञापन के माध्यम से ही जानता को नव-निर्मित वस्तु की जानकारी दी जाती है एव मांग पैदा करके फिर उसे स्थाई रखने का प्रयत्न किया जाता है। यही नहीं किसी वस्तु विशेष की मांग को घटाकर, नई वस्तु की मांग भी पैदा की जा सकती है। वर्तमान युग बहु-प्रमाण उत्पादन का युग है, जिसमे वस्तुओ का शीघ्र एव निश्चित विक्रय विज्ञापन पर ही निर्भर करता है। विज्ञापन से ग्राहक को वस्तुओ के गुण-सम्बन्धी जानकारी भी मिलती है तथा उसको कौनसी वस्तु का क्रय करना चाहिए, इसकी पूर्ण कल्पना हो सकती है। उदाहरण के लिए, 'सेमसन' के बने हुए कपडे खरीदते समय ग्राहक को यह सन्तोष होता है कि वह उच्च कोटि की वस्तु खरीद रहा है। विज्ञापन के लिए प्रत्येक वस्तु का एक विशिष्ट व्यापार-चिन्ह (Trade Mark) होता है, जिससे ग्राहक को उस वस्तु की श्रेणी की पूर्ण कल्पना हो जाती है तथा उस वस्तु के क्रय में भी सुगमता होती है।

(७) विपरीत ऋतु मे भी वस्तुओं का विक्रय—विज्ञापन के माध्यम से विपरीत ऋतु में भी सभी वस्तुओ का विक्रय सुगमता से हो जाता है। उदाहरण के लिए, यद्यपि चाय विशेषत सर्दियों का ही पेय पदार्थ है, किन्तु—गर्मी में गरम चाय ठडक पहुँचाती है—ऐसे विज्ञापन के द्वारा १२ महीने चाय की मांग को स्थायी रखा जा सकता है।

(८) अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा का विनाश—आधुनिक विषम प्रतिस्पर्धा के युग म विज्ञापन के माध्यम से ही व्यापारियो एव उद्योगपतियो को सफलता मिल सकती है। सामूहिक विज्ञापन द्वारा अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा का विनाश किया जा सकता है एव इस क्षेत्र मे काफी बचत भी की जा सकती है।

(९) व्यापार की ख्याति मे वृद्धि—व्यापार की ख्याति का विज्ञापन ही महत्व-पूर्ण साधन है। इसमें कोई सन्देह नहीं कि अनेक व्यापारियो ने अपनी ख्याति का निर्माण एव वृद्धि इसी विज्ञापन द्वारा की है।

विज्ञापन के साधन—विज्ञापन के अनेक साधन हैं—**मैगजीन, समाचार-पत्र, नोटिस, सिनेमा घरो मे विज्ञापन, आकाश लेखन आदि।** किसी भी ढग से विज्ञापन किया जाय, उनका प्रभावशाली होना आवश्यक है। कोई-कोई विज्ञापन इतने बेसिर पैर के होते हैं कि ग्राहक उनकी ओर से बेरुखा ही नहीं हो जाता अपितु वह उनकी सत्यता पर अविश्वास करने लगता है। विज्ञापन किस ढङ्ग से किया जाय यह व्यापार के आकार, वस्तु की प्रकृति आदि पर निर्भर करता है। विज्ञापन का विषय बनाते समय विशेषज्ञो से सलाह लेनी चाहिए। बडे-बडे नगरों में विज्ञापन सम्बन्धी सलाह देने के लिये **विज्ञापन संस्थायें** खुल गई है।

विज्ञापन के लिए रेडियो का प्रयोग थोडे समय से प्रारम्भ हुआ है। अधिकतर लोग विश्राम के समय रेडियो सुनते हैं। इसलिए यह समय विज्ञापक अपने उपयोग मे ला सकता है। लेख या चित्र की अपेक्षा रेडियो पर की गई बात का कहीं अधिक प्रभाव

पड़ता है। विज्ञापक उसमे सुनने वालों का मनोरंजन कराने के साथ-साथ अपनी वस्तु की विशेष बातें समझा देता है। यह बातें बार-बार दोहराई जाने पर याद हो जाती हैं। आकाश लेखन विदेशों मे बहुत प्रचलित है। इसमे वायुयान हवा मे ऊपर उठकर धुये के द्वारा आकाश मे कुछ शब्द लिख देता है, जो कुछ देर बाद अदृश्य हो जाते हैं। विज्ञापन के समय तमाम व्यक्तियों की निगाहें ऊपर आकाश की ओर उठ जाती हैं और वहाँ उनको विचित्र वस्तु दिखाई पड़ती है। इस प्रकार इस विचित्रता के कारण उनको उस वस्तु का नाम बहुत जल्दी स्मरण हो जाता है।

आजकल तांगे पर, गाड़ियों मे, मोटरो मे, बसो मे तथा ट्रामो मे विज्ञापन बहुत अधिक होने लगे हैं। अन्दर मुसाफिरो के बैठने के निकट स्थानो पर पोस्टर लगे होते हैं। अन्दर मुसाफिरों को कोई कार्य न रहने से उनकी दृष्टि चारो ओर जाती है और उस समय वहाँ पर दिए हुए विज्ञापनो का बहुत अधिक प्रभाव पड़ता है। वह उनको बहुत जल्द याद हो जाते हैं। इसी प्रकार मोटरो मे तथा तांगो पर बाहर विज्ञापनो के बोर्ड लगे होते हैं। राहगीरो की दृष्टि उन पर बार-बार पड़ने से विज्ञापक को अपने ग्राहक बनाने मे सफलता होती है। इसके अतिरिक्त परचों और पोस्टरो द्वारा भी विज्ञापन किया जाता है। शहरो मे स्थान-स्थान पर पोस्टर चिपका दिए जाते हैं जिससे पथिको का ध्यान आकर्षित हो। स्थानीय विज्ञापनों के लिए यह एक बहुत प्रभावशाली साधन है। इनमे यह विशेषता होनी चाहिए कि इन पर दृष्टि पड़ते ही इनके विषय को सारी बाते मालूम हो जायें क्योंकि आने-जाने वाले व्यक्तियो को इस बात का बहुत कम समय रहता है कि वह विज्ञापन-पत्रो को देखकर रुक जायें और उनको पढ़कर तब आगे बढे। छोटे-छोटे पर्चे बाँट कर भी स्थानीय विज्ञापन किया जाता है। कभी-कभी किसी व्यक्ति को तरह-तरह के कपड़े पहिना कर बाजार मे या ऐसे ही और स्थानो मे भेज दिया जाता है। वह गाते-बजाते हुए किसी वस्तु का विज्ञापन करता चला जाता है। लाउडस्पीकर द्वारा विज्ञापन एक साधारण प्रथा है। इस यन्त्र के द्वारा किए गए विज्ञापनो का जनता पर विशेष प्रभाव नही पड़ता क्योंकि जनता इसको तेज आवाज के कारण पसन्द नही करती।

विक्रय-कला

साधारणतः एक वस्तु विक्रेता का प्रमुख उद्देश्य विक्रय वृद्धि के द्वारा अधिकतम लाभ कमाना होना है। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए उसे जिन साधनो की शरण लेनी पड़े उन्हे हम विक्रय-कला की परिभाषा के अन्तर्गत सम्मिलित कर सकते हैं। इस सम्बन्ध मे यह लिखना आवश्यक न होगा कि विज्ञापन एव विक्रय-कला एक दूसरे के पूरक है। जिस प्रकार चलने-फिरने के लिए दोनो पैरो की आवश्यकता होती है, इसी प्रकार विक्रय वृद्धि के लिए व्यापार के दोनो पैर—विज्ञापन एव विक्रय-कला—इन दोनों ही की आवश्यकता होती है। भले ही किसी व्यापारी ने खूब विज्ञापन करके नगर मे अपना बोल-बाला कर लिया हो, किन्तु यदि ग्राहकों के साथ उसका व्यवहार मधुमय एवं चुम्बकीय नही है तो विज्ञापन का समस्त व्यय व्यर्थ हो जायेगा। ग्राहक

भले ही एक बार चूहेदान मे चूहे के फँसने की भाँति रोटी-रूपी अत्यधिक विज्ञापन से आकर्षित होकर विक्रेता की दुकान पर चले आवें, किन्तु उसके कटु व्यवहार से असन्तुष्ट होकर वे फिर कभी भी पुन आने का कष्ट न करेंगे, अत यशस्वी विक्रेता बनने के लिए विक्रय-कला का पर्याप्त ज्ञान होना अत्यन्त आवश्यक है।

(६) **नमूनों का निर्मूल्य वितरण**—विज्ञापन का यह साधन बहुत लोकप्रिय हो रहा है। वस्तु का नमूना उपभोक्ताओं को मुफ्त या नाममात्र मूल्य लेकर दिया जाता है। अधिकतर मुफ्त ही नमूना देते है। साथ मे कुछ पर्चे भी दिये जाते हैं, जिनमे उस वस्तु के प्रयोग करने की विधि और विशेषतायें बताई जाती हैं। इस वितरण मे आरम्भ म व्यय तो अवश्य होता है परन्तु इसका प्रभाव उपभोक्ताओं पर अधिक पडता है। ग्राहक को वस्तु की उपयोगिता सिद्ध करके तथा उपभोग का आभास कराके वस्तु के स्थायी ग्राहक बढाये जा सकते हैं। कुछ वर्ष पहिले हमारे देश मे एक चाय कम्पनी ने प्रात काल तथा सायकाल घर-घर जाकर हर व्यक्ति को तैयार की हुई चाय पिलाने का कार्य आरम्भ किया था। इस प्रकार उसने कुछ समय बाद ही बहुत अच्छे और अधिक सख्या मे अपनी चाय के ग्राहक तैयार कर लिये।

(७) **घटे मूल्य पर बिक्री**—माल की बिक्री बढ़ाने के लिये इस पद्धति का भी प्रयोग किया जाता है। यह दो दशाओं मे की जाती है। जो वस्तुयें दुकान पर रक्खी-रक्खी पुरानी दिखाई पडने लगी हैं या जिनमे थोडा दोष आ जाता है उनको बेचने के लिये घटे मूल्य पर विक्रय किया जाता है। ऐसे सामान को लेने बहुत से ग्राहक आते हैं और एक बार दुकान मे कम मूल्य पर सामान ले जाने पर उनको उस दुकान की याद बनी रहती है। इसके अतिरिक्त कुछ विक्रेता दिवाली, दशहरा आदि अवसरो पर बिक्री का आयोजन करते हैं। केवल थोडा मूल्य घटा देने पर अनेको व्यक्ति उनसे माल खरीदने लगते है। इस प्रकार रक्खा हुआ माल जल्दी बिक जाता है और नया माल सग्रह करने का अवसर मिलता है। कुछ व्यापारी अधिक मात्रा मे माल क्रय करने वाले ग्राहको से घटे हुए मूल्य लेते है।

(८) **विशेष पुरस्कार और बोनस**—कभी-कभी ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये विशेष पुरस्कार का प्रलोभन दिया जाता है। इसके पाने की आशा ग्राहकों को अधिक से अधिक सख्या मे आकर्षित करती है। बच्चो के चूरन, चटनी, बिस्कुट और मीठी गोलियाँ बेचने वाले, रेल के डिब्बो मे विभिन्न प्रकार का सामान बेचने वाले तथा चाय सिगरेट आदि बनाने वाली कम्पनियाँ इनामी चिट्ठी द्वारा बच्चो और अशिक्षित लोगो मे अपनी बिक्री बढ़ाती हैं। अखबारो मे आपने प्राय ऐसा विज्ञापन देखा होगा कि अमुक सख्या मे माल खरीदने पर एक कलेण्डर, डायरी या फाउन्टेन-पेन मुफ्त दिया जायगा। आजकल बोनस प्रथा भी प्रयोग मे लाई जा रही है। इसके अनुसार जो व्यापारी दूसरी दूकान से माल नहीं खरीदते या एक वर्ष मे निश्चित रकम से अधिक का माल खरीदते हैं उनको खरीदी हुई वस्तुओं के कुल मूल्य का कुछ प्रतिशत लौटा दिया जाता है। इससे स्थाई ग्राहक सुविधा से मिल जाते हैं।

(६) विक्रय साहित्य—आधुनिक युग मे बिक्री बढाने के लिये विक्रय साहित्य का प्रयोग बडा सफल सिद्ध हुआ है। समय-समय पर आकर्षक विक्रय साहित्य ग्राहकों मे वितरित किया जाता है। इसमे वर्तमान और भावी ग्राहको को यह पता लगता है कि कौन-कौन वस्तुयें बाजार मे आई हैं, वह व्यापारी क्या-क्या विशेष सुविधायें दे रहा है, मूल्यों मे क्या है, आदि। इस प्रकार ग्राहक बढते हैं और साथ ही बढती है विक्रय की मात्रा। विक्रय साहित्य के मुख्य प्रकार निम्नलिखित हैं—

विक्रय साहित्य के मुख्य ८ प्रकार

(अ) समाचार-पत्र के विज्ञापन।
(आ) नोटिस।
(इ) गश्ती चिट्ठी।
(ई) सूची-पत्र।
(उ) मूल्य सूचियाँ।
(ऊ) बाजार भाव सूची।
(ए) विशेष बिक्री प्रस्ताव।
(ऐ) पूर्ति प्रस्ताव।

(अ) समाचार-पत्र के विज्ञापन—इनका विक्रय साहित्य मे ऊँचा स्थान है। दैनिक-पत्र, साप्ताहिक पत्र, मासिक पत्रिकाये, अर्द्धवार्षिक पत्रिकायें थोडे ही मूल्य पर वस्तु का दूर-दूर तक और अनेक व्यक्तियो मे प्रचार कर देती हैं। कौन से पत्र या पत्रिका मे विज्ञापन दिया जाय इसके लिये यह जानने की आवश्यकता होगी कि विभिन्न प्रकार के पत्रों मे पढने वालों की प्रकृति कैसी है, किस प्रकार का सामान विज्ञापित करना है, पत्र का कितना प्रचार है तथा क्या व्यय होगा?

(i) यदि विज्ञापन किसी विशेष क्षेत्र मे करना हो तो पत्र ऐसा चाहिये जो उसी क्षेत्र मे प्रचलित है। उसमे कम व्यय करने पर अधिक स्थान प्राप्त हो जायगा। अधिकतर वे पत्र, जिनका बहुत अधिक प्रचलन क्षेत्र है, थोडे स्थान के लिए बहुत मूल्य लेते है और उसमें अधिक स्थान लेने के लिये, ताकि ग्राहकों का ध्यान विज्ञापन की ओर खिच जावे, बहुत धन खर्च करना पडेगा।

(ii) प्राय पत्रो के पढ़ने वाले जल्दी जल्दी पढ़ते चले जाते हैं और विज्ञापनो पर अधिक ध्यान नही देते। इससे उनमे दिये गये विज्ञापनो का उद्देश्य पूरा नही हो पाता। उसके ध्यान को आकृष्ट करने के लिये विज्ञापन मे अधिक स्थान होना चाहिये।

(iii) यदि वह पहले पृष्ठ पर हो तो अच्छा है और उनमे इस प्रकार का कोई चित्र भी होना चाहिये कि अपने आप ही पढ़ने वालो की दृष्टि उस पर पड जाय।

(iv) कुछ विज्ञापन, विशेषकर किसी नई वस्तु के लिये, ऐसे होते हैं कि उनको प्रतिदिन निकालना चाहिये ताकि जनता उनकी अच्छी जानकारी प्राप्त कर ले। ऐसे विज्ञापनों के लिये दैनिक समाचार-पत्र उपयुक्त होते हैं।

(v) बहुत से विज्ञापन ग्राहको को किसी वस्तु की याद दिलाने के लिये निकाले जाते हैं। ऐसी वस्तुओ की माँग पहले से ही होती है अत इनके लिये दैनिक पत्र व्यर्थ होंगे। साप्ताहिक, मासिक तथा वार्षिक पत्र कार्य के लिये उचित होते हैं।

(vi) कुछ पत्र-पत्रिकायें सामान्य प्रयोग के लिये और कुछ विशेष प्रयोग के लिये होती हैं। यदि किसी ऐसी वस्तु का विज्ञापन करना है जो किसी वर्ग विशेष के व्यक्तियों से सम्बन्धित है, तो उसे उस वर्ग से सम्बन्धित व्यक्तियों के पत्रों में ही निकालना चाहिये।

(vii) समाचार-पत्रों से निम्न अवधि वाले पत्र तथा पत्रिकायें अधिक ध्यान से पढ़ी जाती है, इसलिए उनमें दिये गये विज्ञापन अधिक प्रभावशाली होते हैं।

(आ) नोटिस (Notices)—इनका यह प्रमुख लाभ है कि इनमें समाचार-पत्रों की अपेक्षा व्यय बहुत कम होता है। हाँ इनको समाचार-पत्रों की अपेक्षा कम लोग पढ़ते हैं। निजी शहर में तो फर्म के नौकर ही नोटिस बाँट देते हैं परन्तु बाहर यात्रा करने वाले प्रतिनिधि अपने साथ ले जाते हैं या उन्हें डाक से भेज दिया जाता है। पत्र, बीजक और हिसाबों के साथ उन्हें नत्थी कर दिया जाता है।

(इ) गश्ती चिट्ठियाँ (Circular Letters)—इस प्रकार की चिट्ठियों द्वारा ग्राहकों को नये माल की विशेषतायें, मूल्य कम करना, पुराने माल का सुधार, आदि उपयोगी बातें सूचित की जाती हैं। प्रभावोत्पादक होने के लिए इनको व्यक्तिगत पत्र की भाँति लिखना चाहिए जिससे ग्राहक यह न समझे कि वह अनेक व्यक्तियों को भेजा जाने वाला साधारण पत्र है।

(ई) सूचीपत्र (Catalogues)—इनमें उस सब माल का वर्णन एवं मूल्य दिया रहता है जिन्हें व्यापारी बेचता है। स्थान-स्थान पर वस्तुओं के चित्र दिये होते हैं। यह प्रयत्न किया जाता है कि ग्राहक को माल का पूरा-पूरा ज्ञान हो जाय। उनसे प्रयोग के सम्बन्ध में बड़े-बड़े लोगों की सम्मतियाँ भी उपयुक्त जगह पर छापी जाती हैं। प्रत्येक वर्ष नया सूचीपत्र निकाला जाता है। नया सूचीपत्र पुराने सारे, सूचीपत्र रद्द कर देता है। सूचीपत्र में दिये मूल्य पर वस्तु बेचने के लिये व्यापारी को बाध्य नहीं किया जा सकता है।

(उ) मूल्य सूची (Price-list)—में व्यापार की वस्तुओं के मूल्य दिये होते हैं। ये वह मूल्य हैं जिन पर व्यापारी वस्तुयें बेचने के लिये तैयार है। मूल्य-सूची में यह घोषित कर दिया जाता है कि उनमें दिये गये मूल्य किसी नियत अवधि तक ही लागू होंगे। ऐसी दशा में व्यापारी उस अवधि पर्यन्त उन मूल्यों पर वस्तुयें बेचने के लिये बाध्य समझा जाता है। आजकल वस्तुओं के भावों में बराबर घट-बढ़ हो रही है अत. दायित्व से बचने के लिये व्यापारी मूल्य-सूची में यह स्पष्ट लिख देते हैं कि सूची में दिये गये मूल्य में कभी भी परिवर्तन किया जा सकता है। कुछ व्यापारी तो यहाँ तक लिखते हैं कि वे सूची में दिये गये मूल्यों पर बेचने के लिये बाध्य नहीं हैं। इनमें श्रेष्ठ ढङ्ग तो यह है कि भाव की घटा-बढ़ी के अनुसार बट्टे की दरें अधिक या कम दी जाया करें। इसमें मूल्य बार-बार बदलने की आवश्यकता नहीं पड़ेगी। सूची में लिखी हुई वस्तु यदि किसी व्यक्ति की माँग आने से पहले बिक जाती है, तो व्यापारी उस व्यक्ति को वह वस्तु बेचने को बाध्य नहीं है।

(ऊ) बाजार भाव सूची (Prices Current) मे वस्तुग्रो के चालू मूल्य दिये होते हैं ग्रर्थात् वे मूल्य जिन पर वस्तुये वास्तव में बाजार मे बिक रही हैं। इन सूचियों का उद्देश्य अपने ग्राहको को बाजार का रुख बताना है, भेजने वाला व्यापारी बाजार भाव लिख कर उस भाव पर ही वस्तु बेचने के लिये बाध्य नही हो जाता। इस तरह की सूची बडे-बडे व्यापारी ही प्रकाशित करते हैं ग्रौर दैनिक पत्र एव व्यापारिक ग्रखबार उन्हे बराबर छापा करते हैं। ये प्राय नियमित रूप से प्रति सप्ताह या प्रति मास प्रकाशित किये जाते हैं। कुछ व्यापारी तो वस्तुग्रो की सूची के फार्म, मूल्य का खाता खाली रखते हुये छपवा लेते हैं ग्रौर जब जरूरत हो मूल्य हाथ से लिख कर भेज देते हैं।

(ए) विशेष बिक्री प्रस्ताव (Firm Offer)—जब व्यापारी के पास माल स्टाक मे अधिक होता है तो वह अपने ग्राहको को माल खरीदने के लिये विशेष रूप से ग्रावाहन करते हैं। यह बिक्री प्रस्ताव है। इनके द्वारा ग्राहक की नियत मात्रा मे कोई वस्तु एक नियत मूल्य पर बेचने का प्रस्ताव किया जाता है ग्रौर उसे स्वीकृत करने की ग्रतिम तारीख लिख दी जाती है। जब तक वह ग्राहक, जिसके प्रति प्रस्ताव किया गया है, वस्तु लेना मना न कर दे या जब तक नियत तिथि न निकल जाय, तब तक वह वस्तु किसी ग्रन्य ग्राहक को नही बेच सकता। यदि ग्राहक प्रस्ताव करना चाहता है तो उसमे दी हुई सभी शर्तों को ज्यो का त्यो मानते हुये ग्रपनी स्वीकृति समय के ग्रन्दर ही भेज देनी चाहिये। विक्रय प्रस्ताव एक से ग्रधिक ग्राहको को भी एक साथ भेजे जा सकते है। ऐसी दशा मे प्रस्ताव की शर्तों मे इस बात का स्पष्ट उल्लेख रहता है कि प्रस्ताव की स्वीकृति मिलने के समय माल की बिक्री न हो गई हो तभी प्रस्ताव लागू होगा। प्रस्ताव पाने वाले व्यक्ति को चाहिये कि यदि वह वस्तु खरीदना चाहता है तो तुरन्त ही ग्रपनी स्वीकृति भेज दे, नही तो माल किसी दूसरे के हाथ बेचा जा सकता है।

(ऐ) पूर्ति प्रस्ताव (Tender)—**संस्थायें समाचार-पत्रों मे विज्ञापन देकर या गश्ती पत्रों द्वारा किसी निश्चित शर्तों पर माल तैयार करने या बेचने के लिये पूर्ति प्रस्ताव निमन्त्रित करती हैं, ताकि इनको यह मालूम हो जाय कि कौन व्यक्ति या फर्म उनको निश्चित शर्तों पर कम से कम मूल्य पर पूर्ति करने को तैयार है। इनके जवाब से व्यापारी ग्रपने उत्तर भेजते हैं, इन्हें पूर्ति प्रस्ताव कहा जाता है।** पूर्ति प्रस्ताव गुप्त रखे जाते हैं ग्रौर एक निश्चित दिन को प्रस्तावकों की उपस्थिति मे खोले जाते हैं। जिसका मूल्य कम से कम निकलता है उसे स्वीकार कर लिया जाता है। *प्राय एक निर्धारित रकम कार्य प्रारम्भ करने के पहले उसकी पूर्ति के ग्राश्वासन* स्वरूप जमा करा ली जाती है। यदि कार्य ग्रादेशानुसार पूरा नही किया जाता तो यह रकम जब्त हो जाती है।

यहाँ पूर्ति प्रस्ताव ग्रौर ग्रनुमान पत्र (Estimate) मे ग्रन्तर समझ लेना ग्रावश्यक है, क्योंकि प्रायः पूर्ति प्रस्ताव की जगह ग्रनुमान पत्र का प्रयोग कर दिया जाता है। प्रथम, ग्रनुमान पत्र विशेषत. इमारतो के निर्माण के लिये प्रस्ताव करते हैं।

दूसरे, अनुमान पत्र में चार्ज किया जाने वाला मूल्य लिखित मूल्य से अधिक या कम हो सकता है। परन्तु पूर्ति प्रस्ताव में लिखित मूल्य से अधिक चार्ज नहीं किया जा सकता। तीसरे, पूर्ति प्रस्ताव तो स्वीकृत होते ही दोनों पक्षों पर कानूनी रूप से लागू हो जाता है परन्तु अनुमान पत्र नहीं।

विभिन्न प्रकार के जिस विक्रय-साहित्य का वर्णन ऊपर किया गया है, उसका विदेशों में अत्यधिक प्रचार है और हजारों लाखों रुपया उन पर प्रति वर्ष खर्च किया जाता है। बढ़िया, चिकने, रंगीन, चित्रमय नित नये विक्रय साहित्य ग्राहकों में वितरित किये जाते हैं। भारत में दवाई बनाने वाली कम्पनियों, मोटर एवं साइकिल निर्माताओं ने इस दिशा में पहल की है। इनका प्रचार दिनों-दिन बढ़ जाता है। यह इतनी उपयोगी सिद्ध हुई हैं कि जो व्यापारिक संस्था इनका प्रयोग नहीं करती वह अपना व्यापार बढ़ाने में असमर्थ रहती हैं और जिन्होंने प्रयोग किया है उनका व्यापार थोड़े समय में ही कई गुना बढ़ गया है।

(११) दक्ष विक्रेता—बिक्री बढ़ाने का एक अनमोल और अत्यन्त प्रभावशाली उपाय ऐसे विक्रेताओं की नियुक्ति करना है जो विक्रय कला में पारंगत हों। प्रतियोगिता के इन दिनों में बिक्री अब साधारण काम नहीं रहा, उसने एक कला का रूप धारण कर लिया है। विदेशों में तो विक्रय-कला की शिक्षा देने के लिये विशेष आयोजन किये गये हैं। अमेरिका के व्यापारी इस दृष्टि से सबसे आगे निकल गये हैं। जब कि उपरोक्त सब साधन जनता में माँग उत्पन्न करते हैं, बिक्री कला उस माँग की पूर्ति करती है। **बिक्री कला के मुख्य तत्व निम्नलिखित हैं :**—(i) ग्राहक की रुचि समझना कि वह किस किस्म का माल चाहता है, (ii) उसकी आवश्यकतानुसार वस्तु प्रस्तुत करना, (iii) उसकी उपयुक्तता के सम्बन्ध में विश्वास जमाना तथा (iv) वस्तु खरीदने के लिये लालायित करना।

इन तत्वों की पूर्ति के लिये **शिक्षा के साथ-साथ विक्रेता के व्यक्तित्व में कुछ गुणों का होना भी आवश्यक है** (i) जो व्यक्ति उदास एवं सुस्त रहते हैं, वे अच्छी बिक्री करने में असमर्थ होते हैं। अच्छी बिक्री करने के लिये एक प्रसन्न आकृति वाले विक्रेता की आवश्यकता होती है, जो ग्राहकों को वस्तु दिखलाते हुए तनिक भी उदासी एवं संकोच प्रगट न करे। (ii) वह धैर्य सम्पन्न होना चाहिए जिससे तनिक से मनभेद पर ग्राहक को असन्तुष्ट न लौटना पड़े। (iii) वह तीक्ष्ण बुद्धि वाला होना चाहिए जिससे वह ग्राहक की रुचि को परख सके और तदानुसार वस्तु प्रस्तुत कर सके। (iv) वह आशावादी होना चाहिए। कहीं-कहीं पर यदि उसे निराश होना पड़े तो इसकी चिन्ता नहीं करनी चाहिए। (v) उसे क्रय-विक्रय की वस्तु के सम्बन्ध में पूरा-पूरा ज्ञान होना चाहिये। कभी-कभी कुछ विक्रेता वस्तु के बारे में उसके गुण तोते की तरह रट लेते हैं और प्रत्येक ग्राहक के सामने वही बातें दुहराते जाते हैं। इसका कोई प्रभाव नहीं पड़ता। हर ग्राहक को समझाने के लिये अलग-अलग रीति अपनानी पड़ती है, वस्तु के विषय की पृथक्-पृथक् बातें बतानी पड़ती हैं और

उचित अवसर पर उसका प्रदर्शन करके भी दिखाना होता है। (vi) विक्रेता को सब ग्राहक एक समान समझने चाहिये। प्राय किसी बडे ग्राहक के आने पर बडा आदर प्रदर्शित करते हैं और गरीब ग्राहको को वस्तु भी ठीक प्रकार से नही दिखाते हैं। ऐसा करने से व्यापार की खपत कम होती है।

भारत के व्यापारियों की विक्रय-कला बडी गिरी हुई अवस्था मे है। ग्राहक के मत्थे उल्टा-सीधा माल मढ कर ऊँचे मूल्य लेकर अधिक कमाने मे भी वे अपना हित समझते हैं। ग्राहको को रुचि के अनुसार माल दिखाने मे सुस्ती की जाती है। बहुत से तो ग्राहक के साथ बुरा बर्ताव कर बैठते हैं, कहते हैं कि वस्तु लेना तो है नही, व्यर्थ सामान निकलवाये चले जाते हैं। इस दिशा मे अविलम्ब ध्यान देना आवश्यक है।

(१२) बाजार एव मण्डियाँ—यहाँ बाजार से अभिप्राय उस स्थान का है, जहाँ वस्तुओ का क्रय-विक्रय होता है। **साधारण बाजार मे भिन्न-भिन्न प्रकार की वस्तुएँ बिकती हैं।** विशेष बाजारो मे केवल विशेष वस्तुएँ ही बिकती हैं। जैसे सर्राफा, बजाजा, आदि। मण्डियो मे माल का थोक क्रय-विक्रय किया जाता है। प्रत्येक वस्तु की मण्डियाँ अलग-अलग होती हैं और फुटकर विक्रेता यहाँ से माल ले जाते हैं। इन मण्डियो के मूल्य के अनुसार ही देश भर मे मूल्य घटते-बढते रहते है। मण्डियों के मूल्य दैनिक पत्रो मे प्रकाशित होते हैं और इनसे व्यापारियो को बाजार के रुख का पता लगता है।

बिक्री करने की यह साधारण रीति है कि अपनी **दुकान बाजार मे खोली जाय,** जहाँ लोगो का आना-जाना लगा रहे। यदि शहर के एक सुनसान कोने मे दुकान खोल ले, तो बिक्री कम होना स्वाभाविक है। आजकल के युग मे तो विशेष बाजारो मे ही दुकान होना बिक्री बढाने के लिए अत्यावश्यक है। यदि आपकी पुस्तको की दुकान है तो उसे ऐसे स्थान पर खोलिये, जहाँ बहुत से पुस्तक विक्रेता हो। सुविधा के विचार से विद्यार्थी ऐसे बाजार मे विशेष आकर्षित होते हैं। उनको वहाँ पुस्तकों की तुलना करने और मूल्य जाँचने का अवसर मिलता है। वे यह भी सोचते हैं कि यदि कोई पुस्तक एक दुकान पर न मिली, तो उसे दूसरी दुकान पर बिना अधिक दूर गये देखा जा सकता है। अत **विशेष बाजारों मे स्थान पाने की चेष्टा करनी चाहिये।** इसी प्रकार थोक काम करने वालो को दुकान विशेष मन्डी मे खोलनी चाहिए। वहाँ फुटकर विक्रेता सुविधा के विचार से अधिक सख्या मे आकर्षित होते हैं। अत दुकान की बिक्री अधिक हो सकती है।

Standard Questions

1 What are the various methods of promoting sales ? Explain them clearly
2 Define 'Advertising' Discuss its merits and demerits
3 Write short notes on –
(a) Window display (b) Fairs and Exhibitions (c) Skywriting (d) Mural Advertising (e) Sales Literature (f) Firm Offer (g) Tender (h) Quotations.

८.

व्यापारिक एजेन्ट
(Mercantile Agents)

प्रारम्भिक —हमने एक पिछले अध्याय मे आपको यह बताया था कि मनुष्य की उन्नति के साथ-साथ उसकी आवश्यकतायें भी बढती गई, जिनको पूरा करने के लिये बडे पैमाने पर उत्पादन होने लगा और विशिष्टीकरण (श्रम-विभाजन) का प्रवेश हुआ। विनिमय और वितरण की समस्यायें पैदा हुई। विज्ञापन की कृपा से यातायात एव सन्देशवाहन के साधनो की बडी उन्नति हुई। रेल, मोटर, तार, हवाई जहाज आदि ने व्यापार के विकास को बड़ा प्रोत्साहित किया। बडे आकार के व्यापारिक भवन खुलने लगे, जो हजारो और लाखो रुपयो का व्यापार दूर-दूर से करते थे। आज व्यापार किसी एक गाँव, नगर या जिले तक सीमित नही है। वह प्रान्त और देश की सीमाओ को तोडता हुआ सारे विश्व पर छाने का प्रयत्न कर रहा है।

व्यापारिक एजेन्ट की आवश्यकता

इस परिस्थिति मे व्यापारियो के सामने अनेक कठिनाइयाँ आई —(१) उनके लिये यह सम्भव नही रहा कि वे प्रत्येक व्यापारिक कार्य को अपने ही हाथ से करें, क्योकि व्यापारिक कार्य बहुत बढ गया जबकि समय सीमित ही रहा, (२) व्यापारिक कार्य बडे जटिल हो गये। इन्हे सम्पन्न करने के लिए विशेष ज्ञान आवश्यक हो गया। प्रत्येक व्यापारी के लिए हर प्रकार का ज्ञान प्राप्त करना असम्भव था। इसलिये कुछ व्यापारिक कार्यों को वह निपुणता से नहीं कर सकता था, (३) व्यापार का क्षेत्र बढ जाने से दूर-दूर जाकर सम्पर्क स्थापित करना कठिन हो गया। इन कठिनाइयों को दूर करने के लिए ही व्यापारी एजेन्ट नियुक्त करने लगे। उदाहरण के लिए, किसी व्यापारी को लन्दन से आने वाले अपने माल की डिलीवरी (सुपुर्दगी) बम्बई के बन्दरगाह पर लेनी है। वह आगरा मे अपना व्यापार करता है। उसके लिये यह सम्भव नही है कि वह बम्बई जाकर स्वय माल को जहाज से छुडा लावे, क्योकि ऐसा करने मे उसका श्रम, समय और धन बहुत खर्च होगा। ऐसी दशा मे,

वह क्या करे ? उसके लिये सबसे उचित उपाय यह है कि वह बम्बई से किसी व्यक्ति को अपनी ओर से माल की सुपुर्दगी लेने का आदेश दे दे। उसे माल की रसीद इस एजेन्ट को भेज देनी चाहिये। एजेन्ट रसीद को जहाजी कम्पनी के अधिकारियो के सामने प्रस्तुत करके माल जहाज से छुडा लेगा और रेल द्वारा अपने प्रधान को आगरे भेज देगा। इस प्रकार आगरे के व्यापारी को घर बैठे ही माल प्राप्त हो जायगा। इसी प्रकार यदि व्यापार मे कोई काम ऐसा आपडे, जिसे व्यापारी उसका विशेष ज्ञान न होने से सुविधापूर्वक और निपुणता से न कर सकता हो जैसे जब किसी ग्राहक से अपने हिसाब की रकम वसूल करने के लिये न्यायालय मे दावा करना पडे, तो वह ऐसे व्यक्ति को नियुक्त कर सकता है जो उस कार्य को करने का विशेष ज्ञान रखता हो। अत वह एक वकील नियुक्त करेगा। कानून का ठीक-ठीक ज्ञान होने से वकील उसके मामले की अच्छी पैरवी कर सकता है, जो व्यापारी के लिये सभव नही। यही नही अपना कार्य-भार भी व्यापारी अन्य व्यक्तियो की नियुक्ति करके बांट सकता है। माल बेचना है, खरीदना है, पत्रो का जवाब देना है, हिसाब रखना है, ऐसे ही अनेक काम है, बिचारा व्यापारी क्या करे और क्या न करे। यदि वह एक काम पर ध्यान देता है तो दूसरा अधूरा पडा रहता है। अत अकाउन्टेट, टाइपिस्ट, खजाची, मैनेजर आदि के रूप मे वह विभिन्न व्यक्तियो को एजेन्ट रखता है। इनकी सहायता से वह बढे हुए व्यापारिक कार्यों को भली प्रकार कर सकता है।

एजेन्ट की परिभाषा

वह व्यक्ति जो किसी दूसरे व्यक्ति की ओर से उसका कोई काम करता है, एजेन्ट कहलाता है। जिस व्यक्ति की ओर से काम किया जाता है उसे प्रधान (Principal) कहते हैं। यो तो प्रत्येक कार्य के लिये, व्यापारिक या अव्यापारिक एजेन्ट नियुक्त किये जाते हैं, परन्तु यहां हम उन एजेन्टो के बारे मे पढेंगे जो व्यापारिक कार्यों को करने के लिये नियुक्त किये जाते हैं। ऐसे एजेन्टो को व्यापारिक एजेन्ट कहा जाता है।

एजेन्ट और प्रधान के मध्य जो सम्बन्ध स्थापित होता है, उसे एजेन्सी (Agency) कहते हैं। इस सम्बन्ध के कारण एजेन्ट का कार्य प्रधान का कार्य माना जाता है। अत कार्य से होने वाला लाभ या हानि प्रधान को ही भुगतना पडता है।

एजेन्टों का ठहराव

एजेन्ट नियुक्त करते समय यह आवश्यक है कि एजेन्ट और प्रधान के बीच वे तमाम बातें तय हो जायें जिनके आधार पर एजेन्ट कार्य को करने का और प्रधान कार्य को कराने का सकल्प करते हैं। यह बातें मौखिक तय हो सकती हैं या लिखित। इसका लिखित तय होना ही उत्तम है, क्योकि आगे चलकर किसी प्रकार के भ्रम या भूल होने की सम्भावना नही रहती। एजेन्सी के कार्य से सम्बन्धित

लिखित या मौखिक शर्तें सामूहिक रूप से एक ठहराव बनाती हैं जिसे एजेन्सी का ठहराव कहते हैं।

एजेन्ट के कर्तव्य एवं अधिकार

एजेन्टो का क्या कर्तव्य है और उसके क्या अधिकार हैं, यह एजेन्सी के ठहराव पर निर्भर है। फिर भी एजेन्सी कानून के अनुसार, जिसे सरकार ने व्यापारिक जगत की सुविधा के लिये बनाया है, एक एजेन्ट के निम्नलिखित कर्तव्य और अधिकार होते हैं। आपसी ठहराव द्वारा इन कर्तव्यों को घटाया और बढ़ाया भी जा सकता है।

कर्तव्य (Duties)

(१) प्रधान द्वारा सौंपे गये कार्य को स्वय ही करना।

(२) कार्य को उचित बुद्धिमानी व परिश्रम से और एजेन्सी की शर्तों के अनुसार करना।

(३) जिन बातो का असर एजेन्सी पर पडे उनकी सूचना प्रधान को देना।

(४) प्रधान से प्राप्त वस्तु और धन का ठीक-ठीक हिसाब रखना।

(५) प्रधान की वस्तु और धन को ऐसे ही सुरक्षित रखना जैसे कि वह अपनी वस्तु या धन को रखता है।

(६) एजेन्सी से गुप्त लाभ या कमीशन न लेना।

अधिकार (Rights)

(१) वह अपने कार्य के लिये प्रधान से पारिश्रमिक लेने का अधिकारी है। पारिश्रमिक एजेन्सी की शर्तों मे तय हो जाता है। यदि कोई पारिश्रमिक तय नहीं हुआ है तो उचित पारिश्रमिक लेना एजेन्ट का अधिकार है।

(२) यदि एजेन्सी के कार्य मे उसने कोई ऐसा व्यय किया हो जो प्रधान को करना चाहिये था, तो वह उस व्यय को भी पाने का अधिकारी है।

(३) वह अपने कार्य के हानि-लाभ से प्रधान को बद्ध करता है, बशर्ते उसने अपना कर्तव्य उचित रूप से किया हो।

(४) वह प्रधान की वस्तुओं की जमानत पर रुपया उधार ले सकता है, ग्राहकों को उधार माल बेच सकता है और उनको धन पाने की रसीद दे सकता है।

एजेन्टों की किस्में

व्यापारिक एजेन्ट अनेक प्रकार के होते हैं और विभिन्न नामों से पुकारे जाते हैं। इन सबको दो तरह से किस्मों मे बाँटा जा सकता है (I) अधिकार के आधार पर और (II) कर्तव्यों के आधार पर।

(I) अधिकार की दृष्टि से एजेन्ट के भेद

विभिन्न एजेन्टो के विभिन्न सीमा तक अधिकार होते हैं। अधिकार की दृष्टि से एजेन्ट तीन प्रकार के होते हैं :—

(१) **सर्वाधिकार प्रतिनिधि (Universal Agent)**—यदि कोई व्यापारी किसी व्यक्ति को अपने समस्त व्यापारों के कुल विषयों के सम्बन्ध में एजेन्ट नियुक्त करता है तो सर्वाधिकार प्रतिनिधि कहा जावेगा। सर्वाधिकार प्रतिनिधि के अधिकार बहुत बढ़े-चढ़े होते हैं। व्यापार के सम्बन्ध में जो कार्य प्रधान कर सकता है वह सब सर्वाधिकार प्रतिनिधि भी कर सकता है।

(२) **विशेषाधिकार प्रतिनिधि (Particular Agent)**—इसके विपरीत यदि कोई व्यापारी किसी व्यक्ति को अपने व्यापार के किसी एक काम को करने के लिये ही एजेन्ट रखता है तो वह विशेषाधिकार एजेन्ट कहलायेगा। विशेष एजेन्ट को केवल उस काम से सम्बन्धित अधिकार ही प्राप्त होते हैं, वह अन्य कामों में भाग नहीं ले सकता।

(३) **साधारण प्रतिनिधि (General Agent)**—साधारण प्रतिनिधि वह एजेन्ट है जिसे अपने स्वामी के व्यापार में से किसी एक विषय से सम्बन्धित सब कामों को करने का अधिकार हो। वह अन्य विषयों में हस्तक्षेप नहीं कर सकता है। इस प्रकार, साधारण एजेन्ट को न तो इतने अधिकार प्राप्त हैं, जितने एक सर्वाधिकार एजेन्ट को होते हैं और न इतने कम ही जितने कि एक विशेष एजेन्ट को हैं।

उदाहरण द्वारा स्पष्टीकरण—एक उदाहरण द्वारा उक्त विभाजन को अधिक स्पष्ट किया जा सकता है। मान लो किसी व्यापारी के तीन मिल हैं—दाल मिल, जूट मिल और सूती वस्त्र मिल। प्रत्येक मिल के लिये उसने अनेक कर्मचारी जैसे मैनेजर, अकाउन्टेन्ट, केशियर, सेल्समैन आदि नियुक्त किये हैं। तीनों मिलों की देख-रेख के लिये एक जनरल मैनेजर भी है।

इस दशा में जनरल मैनेजर सर्वाधिकार एजेन्ट, प्रत्येक मैनेजर साधारण एजेन्ट और प्रत्येक अकाउन्टेन्ट केशियर आदि विशेष एजेन्ट हैं। उदाहरण के लिए, अकाउन्टेन्ट, प्रधान के व्यापार के केवल एक विषय अर्थात् दाल मिल या जूट मिल अथवा सूती मिल का हिसाब रखने का अधिकारी है। वह अन्य मिलों में हिसाब नहीं

रख सकता और न अपने मिल मे ही कोई अन्य काम कर सकता है। अत उसके अधिकार उक्त मिल का हिसाब रखने मात्र तक सीमित हैं। मैनेजर अपने मिल के किसी भी कार्य मे हस्तक्षेप कर सकता है। उसे अपने मिल के, हिसाब रखने, बिक्री की देख-भाल करने आदि को पूरा अधिकार होता है। इसके विपरीत जनरल मैनेजर तीनो मिलो के किसी भी काम मे हस्तक्षेप कर सकता है, उसे किसी भी मिल के मैनेजर अकाउन्टेन्ट या किसी अन्य कर्मचारी को निकालने और रखने का अधिकार है अतः इसके अधिकार बहुत ही विस्तृत हैं।

(II) कर्तव्य की दृष्टि से एजेन्ट के भेद

कर्तव्य की दृष्टि से एजेन्ट अनेक प्रकार के होते हैं, क्योकि व्यापारिक कार्य अनेक हैं और प्राय प्रत्येक व्यापारिक कार्य के लिये पृथक्-पृथक् एजेन्ट रखा जाता है। कर्तव्य के अनुसार एजेन्टो को गिनना कठिन है, यहाँ केवल मुख्य-मुख्य एजेण्टो के नाम और उनके कार्य ही बताये जाते हैं—

एजेण्टो के मुख्य-मुख्य प्रकार

(I) अधिकार की दृष्टि से भेद

(१) सर्वाधिकार एजेण्ट।
(२) विशेषाधिकार एजेण्ट।
(३) साधारण एजेण्ट।

(II) कर्तव्य की दृष्टि से एजेण्ट के भेद

(१) प्रबन्धक या मैनेजर।
(२) खरीद एजेण्ट।
(३) बिक्री एजेण्ट।
(४) भ्रमणीय बिक्री एजेण्ट।
(५) एकमात्र बिक्री एजेण्ट।
(६) दलाल।
(७) कच्चा आढ़तिया।
(८) पक्का आढ़तिया।
(९) कमीशन एजेण्ट।
(१०) परिशोध एजेण्ट।
(११) माल भेजने वाला या प्रेषक एजेण्ट।
(१२) माल छुड़ाने वाला या निकासी एजेण्ट।
(१३) गोदाम वाले एजेण्ट।
(१४) नीलाम द्वारा विक्रय।

(१) प्रबन्धक या मैनेजर (**Manager or Managing Agent**)—वह है जिसे किसी कार्यालय या कारखाने का प्रबन्ध करने के लिए नियुक्त किया जाता है।

(२) खरीद एजेन्ट (**Buying Agent**)—वह है जिसे केवल माल खरीदने के लिये नियत किया जाता है।

(३) बिक्री एजेन्ट (**Sales Man or Selling Agent**)—वह है, जिसे माल बेचने के लिये नियुक्त किया जाता है।

(४) भ्रमणीय बिक्री एजेन्ट (**Travelling Sales Agent**)—वह है जिसे शहर-शहर घूमकर माल के आर्डर लाने के लिए रक्खा जाता है।

(५) एकमात्र बिक्री एजेन्ट (**Sole Agent**)—वह है जिसे किसी एक क्षेत्र में माल बेचने का एकमात्र अधिकार होता है। जब किसी क्षेत्र के लिये किसी व्यक्ति

को एजेन्ट बना दिया जाय तो उसे क्षेत्र में कोई अन्य व्यक्ति माल बेचने के लिये नियुक्त नही किया जा सकेगा।

(६) दलाल (Broker)—वह है, जिसे माल खरीदने या बेचने के लिए नियुक्त किया जाता है। इसका काम केवल इतना है कि ग्राहक से शर्ते तय करा दे। इस काम के लिए जो पारिश्रमिक दलाल को मिलता है उसे दलाली (Brokerage) कहते है। यह दलाली सौदे की रकम से कुछ प्रतिशत कमीशन के रूप मे होती है। दलाल सौदा अपने प्रधान के नाम से तय करता है अत उसकी हानि-लाभ से उसका कोई सम्बन्ध नही होता। उसे माल पर अधिकार भी नही दिया जाता। माल प्रधान के पास ही बना रहता है। दलाल को तो केवल आदेश दे दिये जाते हैं जिनके अनुसार उसे सौदा तय कराना है। उदाहरण के लिए, मकानो के दलाल (House-Brokers) को ले लें। इसके पास मकान का कब्जा नही होता। ये मकान के लिये ग्राहक ढूंढते हैं और जैसे ही खरीददार एव विक्रेता के बीच शर्ते तय हो गई कि उनका काम समाप्त हो जाता है।

दलालो की कार्य-प्रणाली

माल का सौदा तय हो जाने पर दलाल दो रुक्के तैयार करता है, जिन्हें क्रमशः खरीद रुक्का (Bought Note) और बिक्री रुक्का (Sold Note) कहते हैं। इनके बनाने का लाभ यह है कि बाद को कोई पक्षकार सौदे से मुकर नही सकता और चाहे सौदा सम्पन्न किया जाय या नहीं दलाली पक्की हो जाती है। प्रत्येक रुक्के की दो-दो प्रतियाँ तैयार की जाती हैं। खरीद रुक्के पर खरीददार के हस्ताक्षर कराके एक प्रति खरीददार को दे दी जाती है और एक प्रति स्वयं रख लेता है। इसी प्रकार बिक्री रुक्के पर विक्रेता के हस्ताक्षर कराके एक प्रति विक्रेता को दे दी जाती है और एक प्रति दलाल अपने पास रख लेता है। ऐसे रुक्को मे निम्नलिखित बातें दी जाती हैं :—

(१) माल का नाम, किस्म एवं परिमाण,
(२) माल का दाम,
(३) बट्टा तथा खर्च,
(४) सुपुर्दगी का दिन,
(५) भुगतान की तिथि, व
(६) दलाली।

दलाली प्राय दोनो पक्षो से प्राप्त होती है।

रुक्का बिक्री
सुरेशचन्द्र सतीशचन्द्र
दलाल

२७, बेलनगज,
आगरा।
दिनाक—२८, नवम्बर १९६१।

सर्व श्री रमेशचन्द्र एण्ड सन्स,
४६४, सगत,
फर्रुखाबाद।

मैंने आज आपके हिसाब में श्री नरेशचन्द्र, जौहरी बाजार आगरा को २०० रेशमी सुपीरियर साड़ियाँ १२५ रु० प्रति साड़ी के भाव पर बेच दी हैं। भुगतान १ महीने के अन्दर करने पर २½% बट्टा काटा जावेगा, माल की सुपुर्दगी १ सप्ताह के अन्दर होगी।

दलाली १½%।

———————— सुरेशचन्द्र,
(हस्ताक्षर विक्रेता के) दलाल।

रुक्का खरीद
सुरेशचन्द्र सतीशचन्द्र
दलाल

२७, बेलनगज,
आगरा।
दिनाक—२८ नवम्बर, १९६१।

श्री नरेशचन्द्र,
जौहरी बाजार,
आगरा।

मैंने आज आपके हिसाब में श्री रमेशचन्द्र एण्ड सन्स फर्रुखाबाद से २०० रेशमी सुपीरियर साड़ियाँ १२५ रु० प्रति साड़ी के भाव पर खरीदी है। भुगतान १ महीने के अन्दर करने पर २½% बट्टा दिया जावेगा माल की सुपुर्दगी १ सप्ताह के अन्दर होगी।

दलाली १½%

———————— सुरेशचन्द्र,
(हस्ताक्षर खरीदार के) दलाल।

(७) कच्चा आढ़तिया—वह एजेन्ट है जो माल के मालिक को अपनी मण्डी में लाकर उसका माल बिकवाने में सहायता करे। उसके पारिश्रमिक को आढ़त कहा जाता है। कच्चा आढ़तिया और दलाल शब्द समान अर्थ रखते हैं।

(८) पक्का आढ़तिया (Factor)—वह एजेन्ट है जिसे माल बेचने के लिये नियत किया जाता है और माल भी सौंप दिया जाता है। माल सौंपना या माल का अधिकार पत्र (जैसे बिल्टी) सौंपना एक ही बात है। यह एजेन्ट अपने नाम से सौदे तय करता है, इस कारण सारी जिम्मेदारी उस पर ही आ जाती है। प्रधान उसकी सेवा के लिये विक्रय मूल्य पर कुछ प्रतिशत कमीशन देता है।

कच्चे एव पक्के आढ़तिया मे अन्तर

पक्के आढ़तिया और दलाल (या कच्चे आढ़तिया) मे अन्तर है। अन्तर की मुख्य बाते इस प्रकार हैं—

दलाल	पक्का आढ़तिया
(१) यह अपने प्रधान के नाम से व्यापार करता है।	(१) यह अपने ही नाम से व्यापार करता है।
(२) यह कभी भी व्यक्तिगत रूप से दायी नही होता।	(२) यह सौदो के लिये व्यक्तिगत रूप से दायी होता है।
(३) इसे माल पर अधिक अधिकार नही दिया जाता है।	(३) इसे माल पर पूरा-पूरा अधिकार होता है।
(४) यह विशेष सौदो के लिये नियुक्त किया जाता है।	(४) यह अपने प्रधान का कार्य नियमित रूप से करता रहता है।
(५) यह खरीदार से न तो मूल्य वसूल कर सकता है और न उसे वस्तु ही सौप सकता है।	(५) इसे अधिकार होता है कि वस्तु खरीदार को सौप दे और उससे मूल्य ले ले।
(६) इसे अपने पारिश्रमिक के लिये प्रधान का माल, यदि वह उसके कब्जे मे है, रोकने का अधिकार नही है।	(६) इसे अपने पारिश्रमिक के लिये प्रधान का माल, जो कि उसके कब्जे मे हो, रोकने का अधिकार है।

(६) कमीशन एजेन्ट (Commission Agent)—वह एजेन्ट है जिसे अपनी सेवा का पारिश्रमिक प्रतिशत कमीशन के रूप मे मिलता है। यह एजेन्ट की कोई किस्म नही अपितु एक सामान्य नाम है जो हर किसी ऐसे एजेन्ट के लिये, जिसका पारिश्रमिक कमीशन के रूप मे मिलता है, प्रयोग किया जा सकता है।

(१०) परिशोध एजेन्ट (Delcredere Agent)—वह एजेन्ट है जो प्रधान की ओर से बेचे गये माल का रुपया ग्राहको से वसूल करने की जिम्मेदारी भी अपने ऊपर लेता है। साधारणत. एजेन्ट को, जिसे माल बेचने के लिए रक्खा गया है, उधार माल बेचने का अधिकार होता है। यदि उधार देते समय वह सब उचित सावधानी

काम में लाता है तो किसी ग्राहक से रुपया वसूल न होने की जिम्मेदारी उस पर नहीं आती। प्रधान को ही वह हानि उठानी पड़ेगी। इस हानि से बचने के लिए प्रायः प्रधान अपने एजेन्ट से उसकी नियुक्ति के समय यह स्पष्ट शर्त तय कर लेते हैं, कि एजेन्ट को मूल्य वसूल करने की जिम्मेदारी भी अपने ऊपर लेनी पड़ेगी। ऐसी दशा मे, यदि किसी ग्राहक से, जिसे प्रधान की ओर से एजेन्ट ने माल बेचा था, मूल्य वसूल नही हो, तो एजेन्ट को अपने पास से मूल्य देना पड़ेगा। यह जिम्मेदारी एजेन्ट की साधारण जिम्मेदारी के अलावा है। अत इसके लिये उसे साधारण पारिश्रमिक के अलावा कुछ कमीशन और दिया जाता है जिसे परिशोध कमीशन (Delcredere Commission) कहते है।

विदेशी व्यापार मे सहयोग देने वाले एजेण्ट

विदेशी व्यापार मे अर्थात् विदेशो से माल मँगाते और विदेशो को माल भेजते समय कई एजेन्टो की सहायता लेनी पड़ती है। ये एजेन्ट इस प्रकार है —

(११) माल भेजने वाला या प्रेषक एजेन्ट (Forwarding Agent)—वह एजेन्ट है जो विदेशों को माल भेजने मे अपने प्रधान की सहायता करता है। प्रधान के लिये यह सम्भव नही है कि वह बन्दरगाह पर जाकर स्वय माल को जहाजो मे लदवा सके, कस्टम कर चुकाये तथा अन्य कार्य कर सके। प्रेषक एजेन्ट यह सब कार्य उसकी ओर से कर देता है। वह रेल से माल छुड़ा कर जहाज मे स्थान का प्रबन्ध करता है, कस्टम-कर देकर माल को जहाज मे लदवाता है, लदवाने आदि का व्यय चुकाता है, जहाज की बिल्टी और बीमा-पत्र लेकर अपने प्रधान को भेजता है।

(१२) माल छुड़ाने वाला या निकासी एजेन्ट (Clearing Agents)—वह है जो अपने प्रधान को विदेशों से माल मँगवाते समय सहयोग देता है। प्रधान के लिये यह सम्भव नही है कि वह स्वय बन्दरगाह पर जाने, कस्टम-कर चुका कर माल की सुपुर्दगी ले और अपने कार्यालय को भेजे। यह सब कार्य निकासी एजेन्ट के द्वारा कराया जाता है। निकासी एजेन्ट जहाज आने पर माल की सुपुर्दगी लेता है, कस्टम-कर चुकाता है और फिर माल को अपने प्रधान के पास भेज देता है।

(१३) गोदाम वाले या संग्रह एजेन्ट (Warehouser)—वह है जो गोदामो मे अपने प्रधान का माल सुरक्षित रखते हैं। मान लो, आगरा के किसी व्यापारी ने इङ्गलैण्ड से कुछ माल मँगवाया था। माल आने पर निकासी एजेण्ट बम्बई से माल आगरा भेज देता है। कुछ दिनो बाद वही माल दिल्ली के किसी व्यापारी को बेचा गया। अब वह माल आगरे से दिल्ली भेजना पड़ेगा। इस तरह दो-दो बार यातायात की व्यवस्था करनी पड़ी और रेल भाड़ा, गाड़ी भाड़ा, ढुलाई आदि मे खर्चा अधिक होगा। इसे बचाने के लिए प्रधान माल आगरे मँगवाने की बजाय उसके बिकने तक बम्बई के किसी गोदाम वाले एजेन्ट के पास रख सकता है। यह गोदाम वाला एजेन्ट प्रधान को माल की एक रसीद देगा। बाद को जब माल दिल्ली के व्यापारी को बेचा जाय, तब यह रसीद बेचान करके उस व्यापारी को दे दी जावेगी। दिल्ली का

व्यापारी वह रसीद बम्बई के गोदाम वाले एजेन्ट को भेजकर माल मँगा लेगा। इस प्रकार यातायात व्यय बच जाते हैं।

नीलाम द्वारा विक्रय

(१४) नीलाम करने वाला एजेन्ट (Auctioneers)—वह एजेन्ट है जिसे नीलाम द्वारा माल बेचने का अधिकार दिया जाता है। यह माल को प्रधान के आदेशानुसार नीलाम करता है और विक्रय मूल्य में से अपना कमीशन काट कर शेष रकम प्रधान को दे देता है।

नीलाम दो प्रकार से किया जाता है—एक तो वह जिसमें प्रधान अपने माल का एक ऐसा मूल्य निश्चित कर देता है जिससे नीचे वह माल को नहीं बेचेगा। इसे न्यूनतम मूल्य (Reserve Price) कहते हैं। दूसरा वह जिसमें प्रधान ऐसा कोई मूल्य निश्चित नहीं करता और नीलाम वाली वस्तु उस व्यक्ति को, जो सबसे ऊँचे दाम लगाता है, दे दी जाती है। नीलाम में नीलाम की वस्तु लेने के विचार से दाम लगाने को 'बोली' कहते हैं। यदि कोई न्यूनतम मूल्य निश्चित कर दिया गया है, तो नीलाम करने वाले एजेन्ट को चाहिये कि उसकी सूचना बोली आरम्भ होने के पहले बोली लगाने वालों को दे दे।

नीलाम दो तरह से आरम्भ किया जाता है—प्रथम तो वह जिसमें नीलाम करने वाला एजेन्ट स्वयं माल के लिये घटा-घटा कर बोली लगाता है और खरीदारों को अधिकार है कि वे उसकी किसी भी बोली को स्वीकार कर लें। दूसरे ढंग में खरीदार माल के लिये बढ़ा-बढ़ा कर बोली लगाते हैं और नीलाम करने वाला एजेन्ट सबसे ऊँची बोली को स्वीकार कर लेता है। स्वीकृति के पहिले बोली किसी भी समय वापस ली जा सकती है लेकिन बाद में नहीं। बोली लगाने के पहले खरीदारों को चाहिये कि माल को भली प्रकार जाँच कर लें क्योंकि बाद में कोई शिकायत नहीं सुनी जावेगी। नीलाम आरम्भ करने का पहला ढङ्ग अधिक प्रचलित है।

नीलाम आरम्भ करते समय प्राय नीलाम करने वाला एजेन्ट स्वयं एक कल्पित बोली लगाता है, इसे 'उच्चतर मूल्य' (Upset Price) कहते हैं। खरीदारों को इससे अधिक मूल्य की बोली लगानी पड़ेगी। ऐसा मूल्य प्राय छोटी-छोटी बोलियों में, जब कि एक अधिक ऊँचे मूल्य पर माल बिकने की दृढ़ सम्भावना हो, समय नष्ट होने से बचाने के लिये निश्चित किया जाता है। उदाहरण के लिये, एक सोफा सैट चाहे कितना भी सैकेण्ड हैण्ड हो, पाँच रुपये (मान लो) अवश्य प्राप्त कर लेगा। पाँच से नीचे बोली आरम्भ करने में व्यर्थ समय नष्ट होगा, अतः नीलाम ५ रु० के ऊपर आरम्भ कराया जा सकता है।

नीलाम करने वाला बोली को उस समय तक बार-बार दुहराता है जब तक कि कोई उससे ऊँची बोली न लगादे। जब वह देखता है कि बोली आगे नहीं बढ़ती तो मुँह से 'एक-दो-तीन' कहते हुए नीलाम समाप्ति की सूचना स्वरूप घण्टी बजा देता है या डैस्क पर हथौड़ी मारता है इसे Knocked down कहते हैं।

बिक्री विवरण
(Account Sales or A/S)

जब कोई व्यापारी यह देखता है कि अमुक नगर मे उसका माल अधिक बिक सकता है, तो वह वहाँ के किसी व्यापारी को अपना एजेंट नियत करके समय-समय पर अपना माल बिक्री के लिये भेज सकता है। इस प्रकार माल भेजना वस्तु-प्रेषण (Consignment) कहलाता है। माल भेजने वाला व्यापारी प्रेषणकर्ता (Consignor) और माल पाने वाला व्यापारी प्रेषण-ग्रहीता (Consignee) कहलाता है। Consignor एव Consignee के मध्य सम्बन्ध बिल्कुल प्रधान और पक्के आढ़तिया जैसा है।

बिक्री विवरण की परिभाषा

माल पाने वाला व्यापारी माल की सुपुर्दगी लेने, सुरक्षित रखने और बेचने मे जो भी व्यय करेगा वह सब अपना कमीशन माल भेजने वाले व्यापारी से काट लेगा। माल बिकने पर या निश्चित समयान्तरो Fixed intervals पर एजेण्ट अपने प्रधान को एक विवरण बना कर भेजता है, जिसमे वह बिके हुए माल का हिसाब दिखाता है। इसे 'बिक्री विवरण' कहते हैं।

बिक्री विवरण मे नीचे लिखी हुई बाते दी जाती हैं :—

(१) बिके हुये माल का नाम,
(२) माल भेजने वाले का नाम,
(३) माल लाने वाले जहाज या रेल का नाम,
(४) बिक्री का वर्णन,
(५) प्रधान की ओर से किये गए खर्चे,
(६) कमीशन,
(७) प्रधान को भेजी जाने वाली नेट रकम,
(८) रकम भेजने का ढंग, और
(९) भूल चूक के लिये क्षमा-प्रार्थना।

बिक्री विवरण एजेन्ट अपने छपे हुए लेटर हैड पर भेज सकता है या सादे कागज पर। नमूने के लिए वस्तु प्रेषण का एक व्यवहार और उसका बिक्री-विवरण नीचे दिया जाता है —

बिक्री विवरण का उदाहरण

सर्व श्री मोहनचन्द्र एण्ड ब्रादर्स, लखनऊ ने आगरा के सर्व श्री कपूर एण्ड ब्रादर्स की ओर से निम्नलिखित माल बेचा है —

	रु०
१५ बनारसी साड़ियाँ	५० ०० प्रति साड़ी की दर से
७० जोड़े धोती	५.२५ प्रति जोड़ा की दर से
२५० गज मोटी सिल्क	३ ०० प्रति गज की दर से
२०० बिछाने की चादर न० ३७५	२ ५० प्रति चादर की दर से
३०० गज लट्ठा न० १५६	१ ०० प्रति गज की दर से

माल के सम्बन्ध मे एजेन्टो ने निम्नलिखित व्यय किये —रेल भाडा २५ रु०, ठेला भाडा ४ ५० रु०, दुकान किराया १० रु०, बीमा ३ ५० रु० विविध व्यय ४·५० रु० ।

उनको ६⅔% की दर से बिक्री पर कमीशन भी मिलता है।

मोहनचन्द्र एण्ड ब्रादर्स

फोन नं० '५८५' कमीशन एजेण्ट ८७, लाटूश रोड,

तार का पता 'कपडा' लखनऊ

दिनाक . २४ अप्रैल, १९६१

बिक्री विवरण उस माल का जो आगरा के सर्व श्री कपूर एण्ड ब्रादर्स से प्राप्त हुआ और उन्ही की जोखिम पर उनकी ओर से बेचा गया —

विवरण	दर	रकम		रकम	
		रु०	न पै	रु०	न. पै
१५ बनारसी साडियाँ	५० रु० प्रति साडी	७५०	—		
७० धोती जोडे	५ २५ रु० प्रति जोडा	३६७	५०		
२५० गज मोटी सिल्क	३ रु० प्रति गज	७५०	००		
२०० बिछाने की चादर नं० ३७५	२ ५० रु० प्रति चादर	५००	—		
३०० गज लट्ठा नं० १५६	१ रु० प्रति गज	३००	—	२,६६७	५०
खर्चे					
रेल भाडा		२५	—		
ठेला भाडा		४	५०		
दूकान भाडा		१०	—		
बीमा		३	५०		
विविध व्यय		४	७५		
कमीशन २,६६७ ५० रु० पर ६⅔ प्रतिशत की दर से					
शेष रकम		१६६	७२	२१४	४७
				२,४५३	०३
जो इलाहाबाद बैंक के चेक नं० A/५८१ द्वारा रजिस्टर्ड पत्र से भेजी गई ।					

भूल-चूक लेनी देनी । मोहनचन्द्र, साझीदार।

अभ्यास के प्रश्न

१—आधुनिक जगत मे एजेण्ट क्या सेवायें करता है ?

२—एजेण्ट किसे कहते हैं ? व्यापारिक एजेण्ट अधिकार की दृष्टि से किस प्रकार बांटे जाते हैं ?

३—कर्तव्य की दृष्टि से विभिन्न प्रकार के एजेण्टों के नाम बताइये और उनके कार्य लिखिये ।

४—एजेण्ट के अधिकार और कर्तव्यों का वर्णन करिये । किसी एजेन्ट के सब अधिकारों का पता कैसे लग सकता है ?

५—दलाल किसे कहते हैं ? किसी सौदे को खरीदार और बेचने वाले के बीच तै कराने मे वह किन रुक्कों का प्रयोग करता है ? विस्तार से समझाइए ।

६—कच्चे आढतिया और पक्के आढतिया मे क्या अन्तर है ?

७—नीलाम द्वारा माल कैसे बेचा जाता है ? सक्षेप मे वर्णन करिये ।

८—निम्न पर सक्षिप्त टिप्पणी लिखिये .—

न्यूनतम मूल्य, प्रेषक एजेन्ट, निकासी एजेंट, परिशोध एजेट ।

९—बिक्री विवरण क्या है और कैसे बनाया जाता है ?

१०—मिर्जापुर के मैसर्स रामचन्द्र एण्ड सस ने आगरा के मैसर्स शर्मा ब्रादर्स की मार्फत निम्नलिखित माल बेचा :—

३५ बनारसी साडियां ५० रु० प्रति साडी की दर से ।

१०० धोती जोडे १० रु० प्रति जोडे की दर से ।

२४० गज मोटा रेशम ३ रु० प्रति गज की दर से ।

१५० बिछाने की चादरें न० ३४०, २ रु० ५० न० पै० प्रति चादर की दर से ।

२०० गज लंकलाट न० १५०, १ रु० प्रति गज की दर से । आढ़तिये का खर्च निम्नलिखित है —

रेल भाडा २५ रु०, गाडी भाडा ५ रु० ५० न० पै०, दुकान भाडा १५ रु०, बीमा ३ रु० ५० न० पै० विविध व्यय ८ रु० ।

उनको विक्रय पर ६ प्रति सैकडा की दर से बट्टा मिलता है । ऊपर दिये ब्यौरे से विक्रय-विवरण (Account Sale) तैयार कीजिये ।

११—कानपुर के सर्व श्री सत्तलाल एण्ड सन्स ने निम्नलिखित माल अमृतसर के श्री पापुलर बुलन मिल्स कम्पनी लिमिटेड की ओर से बेचा —

१४७ कम्बल, ११ रु० २५ न० पै० प्रति कम्बल की दर से ।

९५ सफेद स्वेटर, ६ रु० ६६ न० पै० प्रति स्वेटर की दर से ।

१२५ रंगीन जर्सी ४ रु० ६ आ० प्रति जर्सी की दर से।

३७५ पौंड बढ़िया ऊन ६ रु० ३१ न० पैं० प्रति पौंड की दर से।

एजेन्ट ने निम्नलिखित खर्चा दिया —

रेल किराया और ठेला ४७ रु०, दुकान किराया १४ रु०, बीमा ११ रु० २५ न० पैं० और फुटकर खर्च २४ रु०। उन्होंने ५ प्रतिशत की दर से अपना कमीशन लिया। शेष रकम एक चैक द्वारा भेजी गई जिस पर 'अधिनियम साध्य (Not Negotiable) लिख कर उसका विशेप रेखांकन कर दिया गया था।

रीति के अनुसार बिक्री विवरण तथा चैक बनाइये।

१२—कलकत्ता के भारत वाटर प्रूफ मैन्यूफैक्चरिंग कम्पनी ने वाराणसी के श्री ईश्वरीप्रसाद के पास ६०० छाते और २०० बरसातियां अपनी ओर से बिक्री के लिये भेजे। सारा माल निम्न प्रकार बेचा गया —

४०० छाते न० १, १० रु० ५० न० पैं० प्रति छाता की दर से।

२२० छाते न० २, ८ रु० ५० न० पैं० प्रति छाता की दर से।

१५० बरसाती नं० A, ३० रु० प्रति बरसाती की दर से।

५० बरसाती नं० B, २५ रु० प्रति बरसाती की दर से।

श्री ईश्वरीप्रसाद ने निम्नलिखित खर्चे किये —

रेल और ठेला भाड़ा २२ रु० ६२½ न० पैं०।

गोदाम का किराया २० रु०।

उन्होंने अपना कमीशन बिक्री-मूल्य पर १० प्रतिशत घटा कर शेष मूल्य को बैंक ड्राफ्ट द्वारा विक्रेता के पास भेज दिया।

उपरोक्त विवरण से आप बिक्री विवरण (A/S) और बैंक ड्राफ्ट बनाइये।

१३—निम्नलिखित विवरण से एक विक्रय खाता (Account Sale) तैयार करो —

मैसर्स मोहन बन्धु, इलाहाबाद वालों ने मैसर्स कपूर एण्ड सन्स कानपुर वालों का निम्नलिखित माल बेचा :

१५ वाराणसी की साड़ियाँ दर ५० रु० प्रति साड़ी,

८५ जोड़े धोती दर १० रु० ५० न० पैं० प्रति जोड़ा,

२५० गज कमीज का रेशमी कपड़ा दर ५ रु० प्रति गज,

२०० चादरें न० ३७५ दर ८ रु० प्रति चादर,

५०० गज लकलाट दर १ रु० ५० न० पैं० प्रति गज।

अभिकर्ता (Agent) ने इस सम्बन्ध में निम्नलिखित व्यय किये :—

रेल भाड़ा ४५ रु०, ठेला भाड़ा ८ रु०, दुकान भाड़ा १० रु०, 'अग्नि' बीमा किश्त ३ रु०, अन्य व्यय ६ रु० ५० न० पैं०

अभिकर्त्ता को बिक्री पर ६½ प्रतिशत कमीशन पाने का अधिकार।

९.

विदेशी व्यापार—सामान्य विवेचन
(Foreign Trade—General)

विदेशी व्यापार का अर्थ

अर्थशास्त्र का यह सिद्धान्त है कि मनुष्य की आवश्यकतायें असीमित हैं और वह अपनी सम्पूर्ण आवश्यकताओं को स्वयं ही पूर्ण नहीं कर सकता। उसको न केवल देश के वरन् विदेश के लोगों का भी सहारा लेना पड़ता है। विश्व के विभिन्न भागों की भौगोलिक परिस्थितियाँ समान हैं, इसलिये जगत के विभिन्न क्षेत्र विभिन्न भाँति की वस्तुओं का उत्पादन करते हैं। अतएव इस दृष्टि से भी एक देश के लोगों को अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिये दूसरे देशों से सामान मँगाना पड़ता है। इस पारस्परिक लेन-देन को (जो विभिन्न देशों के बीच होता है) ही 'विदेशी व्यापार' कहते हैं। सरल शब्दों में इस प्रकार कह सकते हैं कि वह व्यापार जो एक देश किसी दूसरे देश के साथ करता है, विदेशी व्यापार कहलाता है—जैसे भारत का पाकिस्तान, ग्रेट ब्रिटेन अथवा अमेरिका के साथ का पारस्परिक लेन-देन। विभिन्न देशों की उनकी आवश्यकता से बच रहने वाली वस्तुओं के अदल-बदल को भी विदेशी व्यापार कह सकते हैं। वर्त्तमान युग में जल-मार्ग का महत्त्व इतना अधिक बढ़ गया है कि सामान्यत विदेशी व्यापार से समुद्री व्यापार का बोध होता है, यद्यपि विदेशी व्यापार किसी भी मार्ग थल, जल, वायु के द्वारा हो सकता है।

'देशी' तथा 'विदेशी' व्यापार विपरीत शब्द हैं—विदेशी व्यापार दो भिन्न देशों के मध्य होता है जबकि देशी व्यापार में तात्पर्य देश के अन्दर होने वाले व्यापार से है, जैसे ग्वालियर और इन्दौर के दुकानदारों, कानपुर और लखनऊ अथवा आगरा और जयपुर के दुकानदारों के बीच होने वाला व्यापार देशी व्यापार है।

विदेशी व्यापार की लाभ-हानियाँ

विदेशी व्यापार से लाभ

(१) **विविध वस्तुओं की उपलब्धि**—विदेशी व्यापार का सबसे बड़ा लाभ यह है कि इसके द्वारा एक देश को वे वस्तुयें भी मिल जाती हैं जो वहाँ या तो उत्पन्न

नहीं होती अथवा होती हैं तो बडी कठिनाई से अथवा जिनके उत्पन्न करने में अधिक व्यय होता है। उदाहरण के लिये ग्रेट ब्रिटेन को ही लीजिये। ग्रेट ब्रिटेन में कपास उत्पन्न नहीं होती। यदि वहाँ के लोग उसे पैदा करें, तो उत्पादन-व्यय अधिक होंगे, किन्तु ग्रेट ब्रिटेन आज सूती कपास के उद्योग में प्रथम श्रेणी का देश है। यह विदेशी व्यापार के कारण ही सम्भव हो सका है। वह अपने सूती उद्योग के लिये कपास अमेरिका तथा इजिप्ट से मँगा लेता है।

विदेशी व्यापार की लाभ-हानियाँ

लाभ :
(१) विविध वस्तुओं की उपलब्धि।
(२) बिक्री के हेतु मण्डियाँ।
(३) प्राकृतिक संकटों से रक्षा।
(४) अन्तर्राष्ट्रीय श्रम विभाजन।
(५) अन्तर्राष्ट्रीय भावनाओं को प्रोत्साहन।

असुविधायें :
(१) दूरी के कारण सम्पर्क स्थापित करने में कठिनाई।
(२) भाषा भेद।
(३) अधिक जोखिम।
(४) यातायात एवं संदेशवाहन की कठिनाइयाँ।
(५) विदेशी व्यापारियों के विषय में जानकारी का अभाव।
(६) प्रशुल्क प्रतिबन्ध।
(७) भुगतान सम्बन्धी कठिनाइयाँ।

(२) बिक्री के हेतु मण्डियाँ—विदेशी व्यापार के द्वारा देश की आवश्यकता से बच रहने वाली वस्तुओं की बिक्री के हेतु मण्डियाँ मिल जाती हैं और उन्हें अन्य देशों के हाथ अच्छे मूल्य पर बेचा जा सकता है। उदाहरण के लिये, भारत में अबरक आवश्यकता से अधिक पैदा होता है, जिसे वह अन्य देशों को निर्यात कर देता है।

(३) प्राकृतिक संकटों से रक्षा—विदेशी व्यापार द्वारा प्राकृतिक संकटों (जैसे अकाल, भूचाल आदि) की भयंकरता विदेशों से वस्तुओं के आयात द्वारा काफी मात्रा में कम की जा सकती है। यदि विदेशी व्यापार का अस्तित्व न हो, तो उस दशा में देशवासियों को अनेक संकट सहने पड़ें। दृष्टांत के लिये, आज अपने देश में अनाज की बडी कमी है, जिसकी पूरा करने के लिये हमारी जन-प्रिय सरकार अमेरिका और आस्ट्रेलिया से गेहूँ का आयात कर रही है। इस प्रकार दूसरे देशों का अतिरिक्त उत्पादन इस देश के संकट में सहायक हो रहा है। अन्यथा लाखों प्राणी अनाज के अभाव में भूखों मर जाते।

(४) अन्तर्राष्ट्रीय श्रम विभाजन—यह विदेशी व्यापार की ही देन है कि विभिन्न देशों के मध्य श्रम-विभाजन सम्भव हो गया है। अब एक देश जिस वस्तु के उत्पादन में अधिक समर्थ होता है उसे ही उत्पन्न करता है और अपने अतिरिक्त उत्पादन को दूसरों की अन्य वस्तुओं से बदल लेता है। इस तरह श्रम-विभाजन होने से सुन्दर व अधिक मात्रा में उत्पादन होने लगता है और वस्तु के मूल्य में कमी होती है तथा इससे प्रत्येक देश की समृद्धि बढ़ती है।

(५) अन्तर्राष्ट्रीय भावनाओं को प्रोत्साहन—विदेशी व्यापार के द्वारा एक देश के लोग दूसरे देश की कला, सभ्यता, संस्कृति एवं विज्ञान के सम्पर्क में आते हैं। उनके आदान-प्रदान के फलस्वरूप उनका जीवन सुखमय बनता है और अन्तर्राष्ट्रीयता की भावनाओं को प्रोत्साहन मिलता है।

उक्त लिखित लाभों के आकर्षण से लोगों ने सारे विश्व को मथ डाला है। इस आकर्षण ने ही नाना प्रकार के नवीन यातायात एवं सन्देश-वाहन के साधनों तथा विज्ञान के क्षेत्र में अन्य अनेक आविष्कारों को जन्म दिया। नवीन महाद्वीपों की खोज और उनके फलस्वरूप मानव-जाति की बढ़ी हुई समृद्धि का अधिकांश श्रेय विदेशी व्यापार को ही है।

विदेशी व्यापार की असुविधायें

यद्यपि विदेशी व्यापार से बड़े लाभ है, किन्तु यह मार्ग कठिनाइयों से शून्य नहीं। विदेशों से व्यापार करने वाले लोगों को प्राय: निम्नलिखित कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है —

(१) दूरी के कारण सम्पर्क स्थापित करने में कठिनाई—विदेशी व्यापार में सबसे बड़ी असुविधा दूरी की है। व्यापार के लिये पारस्परिक सम्पर्क की बड़ी आवश्यकता है, किन्तु विभिन्न देशों की तितर-बितर स्थिति के कारण शीघ्र एवं निकट सम्पर्क स्थापित करने में बड़ी कठिनाई पड़ती है। यह सत्य है कि यातायात एवं सन्देश वाहन के क्षेत्र में अनेक चमत्कारपूर्ण आविष्कार हुए हैं जिनके कारण दूरी की समस्या बहुत सीमा तक हल हो गई है, किन्तु वे साधन अभी जन-सुलभ नहीं हुए हैं। व्यापारिक दृष्टि से जल एवं थल मार्ग श्रेष्ठ हैं, क्योंकि वायु-मार्ग से भारी माल नहीं भेजा जा सकता। दूरी के ही कारण यह पता लगाने में काफी श्रम एवं समय लगता है कि कौनसा माल किस देश में सस्ता मिलता है और वह किस स्थान विशेष से मितव्ययता के साथ खरीदा जा सकता है।

(२) भाषा-भेद—प्रत्येक देश की अपनी अलग भाषा है, जिससे एक देश के व्यापारी को दूसरे देश के व्यापारी की बात समझना कठिन होता है। अतएव, आर्डर लेने में बड़ी कठिनाई पड़ती है। इस असुविधा को दूर करने के दो उपाय हैं। प्रथम यह कि व्यापारियों को विदेशी भाषाओं का ज्ञान होना चाहिये। वे विदेशी भाषाओं में दक्ष व्यक्तियों को अपने यहाँ कर्मचारी भी रख सकते हैं। दूसरे, मूल्य सूचियाँ, परिपत्र, आदि जो विदेशों को भेजे जाने के लिये हों, उन्हें विदेशी भाषाओं में भी प्रकाशित करना चाहिये। इन दो बातों को अमेरिका और योरुप के व्यापारियों ने खूब समझा है। उन्होंने तो अपने विश्वविद्यालयों में वाणिज्य डिग्रियों के प्राप्त करने के लिये विदेशी भाषाओं में सफलता पाना आवश्यक बना दिया है।

(३) अधिक जोखिम—देशी व्यापार की अपेक्षा विदेशी व्यापार में अधिक आपत्तियों का सामना करना पड़ता है। विदेशों को माल प्रायः सामुद्रिक मार्गों के द्वारा जाता है। समुद्र की भीषण लहरें जहाज को उलट सकती हैं। एक जलपोत

दूसरे जलपोत से, अथवा किसी चट्टान से टकरा सकता है, सामुद्रिक जलवायु भी माल को हानि पहुँचा सकती है। मार्ग मे शत्रु देशों द्वारा आक्रमण का भी भय रहता है। इन आपत्तियो से बचने का सबसे सीधा एव सरल उपाय सामुद्रिक बीमा है। किन्तु इसमे एक दोष यह है कि बीमा कराने के लिये जो प्रीमियम देना पडता है उसके परिणामस्वरूप वस्तु का मूल्य बढ़ना स्वाभाविक है।

(४) **यातायात और सन्देश-वाहन की कठिनाइयाँ**—दूरी की समस्या के अतिरिक्त विदेशी व्यापार मे यातायात एव सन्देश-वाहन की भी एक कठिनाई होती है। यह अवश्य है कि इस प्रगतिशील युग मे अनेक सुन्दर आविष्कार हो गये हैं, जैसे हवाई जहाज, केबिलग्राम, आदि। किन्तु जैसा कि हम ऊपर कह चुके हैं, वायुमार्ग के द्वारा भारी सामान नही भेजा जा सकता, अतएव व्यापारिक दृष्टिकोण से वह कोई सुन्दर साधन नही। केबिलग्राम मे व्यय अधिक होता है इसके अतिरिक्त दूर देशों को माल भेजने मे खर्चा भी बहुत बैठता है, जिसके परिणामस्वरूप वस्तु का विक्रय मूल्य बढ़ जाता है।

(५) **विदेशी व्यापारियों के विषय मे जानकारी का अभाव**—विदेशी व्यापार की एक बडी कमजोरी यह भी है कि सहस्रो मील समुद्र-पार के लोगो की आर्थिक स्थिति तथा उनके व्यापारिक व्यवहार की सच्ची जानकारी प्राप्त करना कठिन होता है। विभिन्न देशो की माँग-सम्बन्धी जानकारी का पता लगाना भी एक कठिन समस्या है। विदेशी व्यापारियो के सम्बन्ध मे जानकारी प्राप्त करने के लिये कुछ सीमा तक बैंक, चेम्बर ऑफ कॉमर्स, या सूचना सस्थाओ से, और बाजार-सम्बन्धी जानकारी मे राजकीय व्यापार-प्रतिनिधियो से सहायता मिलती है।

(६) **प्रशुल्क-प्रतिबन्ध**—आधुनिक काल मे प्राय प्रत्येक देश आयात और निर्यात पर कर लगाता है। इससे अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को बडी क्षति पहुँचती है। विदेशो से आने वाले माल पर कर लगाने का मुख्य उद्देश्य विदेशी माल का मूल्य बढ़ाना होता है, जिससे कि वह देशी माल के सामने न टिक सके। इसके विपरीत निर्यात कर का मुख्य उद्देश्य, देश के बाहर माल को जाने से रोकना होता है। यह प्राय कच्चे माल पर लगता है। प्रशुल्क प्रतिबन्ध सम्बन्धी असुविधा को दूर करने का सबसे सुन्दर उपाय व्यापारिक समझौते करना है, जिनके अनुसार एक देश दूसरे देश को परस्पर आयात या निर्यात कर मे कटौती कर देता है।

(७) **भुगतान सम्बन्धी असुविधायें**—उक्त असुविधाओ के अतिरिक्त विदेशी व्यापार मे माल के लिये भुगतान करने की भी बडी समस्या होती है। प्रत्येक देश की मुद्रा प्राय भिन्न होती है, अतएव विदेशी चलन मे कितनी मुद्रा दी जाय और कैसे दी जाय यह पता लगाना कठिन होता है। इस कठिनाई को दूर करने के लिये एक कुशल बैंकिंग-प्रणाली की आवश्यकता होती है।

विदेशों में माँग उत्पन्न करने के साधन

विदेशो मे सफलतापूर्वक माल बेचना भी सचमुच एक कला है। विदेशों मे माल बेचने के कुछ ढग इस प्रकार हैं —

(१) भ्रमण—सर्वप्रथम विदेशी बाजार की माँग, उसका स्वभाव एवं सीमा जान लेनी चाहिए। उत्पादक का कर्त्तव्य है कि वह माल क्रेताओ की रुचि, स्वभाव, तथा आवश्यकताओ के अनुसार बनावें, क्योंकि यदि माल उपभोक्ताओं की रुचि के प्रतिकूल हुआ तो वे उसकी ओर आकर्षित न होंगे। विदेशी बाजार की स्पर्द्धा की जानकारी भी आवश्यक है क्योंकि यदि माल विदेश मे वहाँ के निर्मित माल से सस्ता एवं सुन्दर न हुआ तो बिक न सकेगा। विदेशी स्पर्द्धा को जानने के लिए आयात और निर्यात करो का पता लगाना अत्यन्त आवश्यक है। इसके अतिरिक्त विदेशी व्यापारियो की भुगतान-रीतियों एव सुविधाओ तथा उनकी ईमानदारी का पता लगाना भी आवश्यक है। इन सम्पूर्ण बातो के लिये भ्रमण की बडी आवश्यकता है। विश्वस्त सूत्रो से उनका पता लगाने का प्रयत्न करना चाहिए। यदि सम्भव हो तो वह स्वत अथवा अपने मैनेजर को विदेशो मे यात्रा के लिये भेजे और विदेशी व्यापारियो से भेंट करे। ये व्यक्तिगत यात्रायें व्यापार बढाने के लिये सर्वश्रेष्ठ साधन हैं, क्योंकि इनके द्वारा उनको विदेशी व्यापारियो से स्वयं बातचीत करने का सुअवसर मिलता है। विज्ञापन का वह प्रभाव कभी भी नहीं हो सकता जो इस प्रकार सम्भव हुए पारस्परिक सम्पर्क मे होता है।

विदेशों मे माँग उत्पन्न करने के सात साधन

(१) व्यापारिक यात्राएँ।
(२) परिचय एव पूछ-ताछ।
(३) विज्ञापन।
(४) यात्री प्रतिनिधि।
(५) विक्रय प्रतिनिधि।
(६) विदेशी शाखाएँ।
(७) रेडियो व व्यापारिक केन्द्र।

(२) परिचय और पूछताछ—विदेशी व्यापारियो से सम्बन्ध स्थापित करने का एक सुन्दर ढग यह भी है कि किसी संस्था के द्वारा पहले तो परिचय प्राप्त किया जावे और फिर उनसे पत्र-व्यवहार किया जाये। इस सम्बन्ध मे व्यापार प्रदर्शिका पुस्तकें (Business Directories) से बडी सहायता मिल सकती है। इन पुस्तकों मे प्रत्येक प्रमुख क्षेत्र के व्यापारियो के नाम व पते दिये होते हैं। जिन्हें समय-समय पर पत्र, सूची-पत्र, मूल्य-पत्र, विज्ञापन-पत्रिकायें इत्यादि भेजते रहने से विदेशी व्यापारी को बडा व्यापार मिलता है। योरुप और अमेरिका मे इस काम के लिये अनेक अन्तर्राष्ट्रीय पूछताछ केन्द्र हैं। इनसे इस दिशा मे काफी सहायता मिलती है।

(३) विज्ञापन—विदेशी बाजारो मे माँग पैदा करने के लिये विज्ञापन बडा उपयोगी है। सच बात तो यह है कि 'विज्ञापन व्यापार की आत्मा है' चाहे वह देशी हो या विदेशी। सफल विज्ञापन के लिये विभिन्न देशो की वेश भूषा, व्यवहार, उनकी

भाषा एवं संस्कृति की जानकारी बडी आवश्यक है। ऐसे अनेक समाचार-पत्र एवं पत्रिकायें हैं,जिनका चलन विश्वव्यापी है। इनमे आकर्षक रीति से थोड़े-थोड़े समय पश्चात् नियमित रूप मे विज्ञापन छपाते रहना चाहिये। यदि विज्ञापन की व्यवस्था वैज्ञानिक एव व्यवस्थित ढग से हुई है तो यह निश्चित है कि विज्ञापित वस्तुओ के लिये विदेशी बाजारो का मार्ग खुल जावेगा।

(४) **यात्री प्रतिनिधि**—विदेशी व्यापारियो मे सम्पर्क स्थापित करने का एक सुन्दर तरीका अपने प्रतिनिधियो को भेजना है। यात्री प्रतिनिधि सम्भावित ग्राहको से समय-समय पर मिलकर अपनी वस्तुओ के सम्बन्ध मे उन्हे पूर्ण विश्वास दिला सकते हैं। यही नही यदि समय के साथ माँग का स्वभाव बदले तो इस बात की सूचना भी वे अपने उत्पादको को दे सकते है। एक कार्यकुशल विदेशी यात्री मे अनेक गुण होने चाहिए। सर्व प्रथम तो उनको माल से सम्बन्धित जानकारी का होना आवश्यक है। उनके लिये यह भी बडा अनिवार्य है कि वे विश्व के प्रमुख औद्योगिक देशो मे बोली जाने वाली भाषाओ को बोल सके। इसके अतिरिक्त उन्हे वैज्ञानिक विक्रय-कला (Salesmanship) मे दक्ष होना चाहिये। उनको चाहिये कि वे एक केन्द्र से दूसरे केन्द्र मे जायें, विभिन्न व्यापारियो से मिलें, उन्हे अपने माल से परिचित करायें, नमूना और सूची-पत्रादि, दिखलायें और उनके हृदय मे एक ऐसे विश्वास को जन्म दें कि उन्हे केवल वही माल बेचने में विशेष लाभ होगा। अपने माल की सर्वश्रेष्ठता सिद्ध करने की उनमे चतुरता होनी चाहिये। आधुनिक युग मे विक्रय-कला मे सबसे दक्ष अमेरिका, इङ्गलैण्ड और जापान के लोग हैं।

(५) **विक्रय प्रतिनिधि**—माल के विक्रय को बढाने के लिये कभी-कभी उत्पादक विक्रय प्रतिनिधि नियुक्त कर देते हैं। यह कार्य ऐसे साथी को सौंप दिया जाता है, जो निर्यातकर्त्ता की शर्तों को स्वीकार कर लेते हैं। निर्यात-कर्त्ता उनको ही सीधे माल भेज देते हैं और फिर विक्रय-प्रतिनिधि उसको देश मे इधर-उधर थोक एव फुटकर व्यापारियो के हाथ बेचते हैं। विक्रय प्रतिनिधियो से सबसे अधिक लाभ यह होता है कि उनके द्वारा विदेशी माल तुरन्त मिल जाता है, उसे बाहर से मँगाने मे अनावश्यक झंझट तथा समय की बचत हो जाती है।

(६) **विदेशी शाखायें**—जब विदेशी बाजार मे एक वस्तु की माँग उत्पन्न हो जाती है और उत्पादक यह निश्चित समझता है कि उसकी वस्तुएँ अवश्य बिकेंगी तो वह वहाँ अपनी एक शाखा स्थापित कर देता है। ऐसी शाखाओ को खोलने मे काफी व्यय होता है। अपने देश मे ऐसी शाखाओ के ज्वलन्त उदाहरण बाटा, फोर्ड मोटर कम्पनी, डब्ल्यू० डी० एण्ड एच० ओ० विल्स (सिगरेट बनाने वाले) हैं। ये विदेशी शाखायें भी विक्रय प्रतिनिधि की भाँति ही अपने प्रधान-कार्यालय के आदेशानुसार विदेशी बाजारो मे माल की बिक्री बढाने का प्रयत्न करती हैं। जब माँग बढ जाती है, तब यह शाखाएँ स्वय वस्तु का उत्पादन करने लगती हैं।

(७) **रेडियो के व्यापारिक केन्द्र**—विदेशो मे माँग उत्पन्न करने का एक

नवीनतम साधन यह है कि वस्तुम्रो का विज्ञापन रेडियो के व्यापारिक केन्द्रों द्वारा किया जाय । म्राजकल ऐसे केन्द्र म्रनेक हैं, जैसे—रेडियो सीलोन का व्यापारिक केन्द्र, गोम्रा का व्यापारिक केन्द्र, नैपाल का व्यापारिक केन्द्र म्रादि, जो कि संगीतमय मनोरंजक कार्यक्रम-सहित वस्तुम्रो का विज्ञापन करते हैं। इन व्यापारिक केन्द्रों की प्राय प्रत्येक प्रमुख म्रौद्योगिक नगर मे रेडियो एडवर्टाइजिंग एजेन्सीज होती हैं, जिनके द्वारा व्यापारी वर्ग अपने विज्ञापन देकर लाभ उठा सकते हैं।

कोटेशन, आयात-निर्यात कर और भुगतान

विविध प्रकार के मूल्य

कोई भी वस्तु खरीदने से पहले सर्व प्रथम उसकी किस्म एव उसके मूल्य की जानकारी म्रावश्यक है और इसको ज्ञात करने के लिये पत्र-व्यवहार किया जाता है। इन पत्रों के उत्तर मे विक्रेता जो पत्र भेजता है, उनको मूल्य के निर्ख (Price Quotations) कहते हैं। विदेशी व्यापार मे वस्तुम्रो का मूल्य विभिन्न प्रकार से स्पष्ट किया जाता है। विक्रेता के स्थान से विदेशी क्रेता की दुकान तक माल को भेजने मे काफी खर्चा होता है। मूल्य के निर्ख मे यह खर्च कभी-कभी पूर्णतया सम्मिलित कर दिये जाते हैं, कभी केवल कुछ ही सम्मिलित होते हैं और कभी कुछ भी शामिल नहीं होते। यह खर्चे निम्नलिखित हैं —

(१) वस्तु के निर्माता म्रथवा विक्रेता द्वारा निश्चित किया हुम्रा मूल्य।

(२) पैकिंग का व्यय।

(३) निर्माता म्रथवा विक्रेता के गोदाम से निर्यात बन्दरगाह तक माल ले जाने का खर्च जिसमे मजदूरी, ठेला भाड़ा, रेल भाड़ा, इत्यादि खर्च शामिल होते हैं।

(४) निर्यात-कर, यदि लगता हो।

(५) बन्दरगाह पर लगने वाले व्यय—इसमे बन्दरगाह के म्रधिकारियो की सेवाम्रो के लिये, म्रथवा यदि जहाज घाट (Dock) से दूर है तो वहाँ तक नावो द्वारा माल पहुँचाने का व्यय सम्मिलित होता है।

(६) जहाज पर माल लादने का व्यय।

(७) जहाज का किराया।

(८) सामुद्रिक म्रागोप कराने का व्यय।

उक्त लिखित खर्चों के म्रतिरिक्त माल के म्रभीष्ट बन्दरगाह पर पहुँचाने पर भी कुछ खर्च होते हैं, जैसे :—

(९) जहाज से माल उतारने का खर्चा।

(१०) म्रभीष्ट बन्दरगाह का व्यय।

(११) म्रायात-कर।

(१२) बन्दरगाह से माल को क्रेता के रेलवे स्टेशन तक पहुँचाने का व्यय।

(१३) रेलवे स्टेशन से क्रेता के गोदाम तक माल पहुँचाने का व्यय।
(१४) नगरपालिका की चुंगी।
(१५) कमीशन।

साधारणतः निर्यात करने वाला इन खर्चों को मूल्य के साथ सम्मिलित नही करता है। विदेशी व्यापार में यह मूल्य निम्नलिखित विशिष्ट शब्दो द्वारा स्पष्ट किया जाता है :—

विदेशी व्यापार में प्रयोग होने वाले मूल्य

(१) स्थानीय मूल्य (Loco Price)
(२) जहाज तक मूल्य (F. A. S)
(३) जहाज पर मूल्य (F O. B.)
(४) भाड़ा समेत मूल्य (C F.)
(५) भाड़ा बीमा समेत मूल्य (CIF)
(६) जहाज से निकलता मूल्य (Ex-ship Price)
(७) प्रतिबन्धित गोदामों मे मूल्य (In Bond Price)
(८) आयात कर चुकता मूल्य (Duty Paid Price)
(९) सर्व मुक्त मूल्य (Franko Price)

(१) स्थानीय मूल्य (Loco Price)—इससे तात्पर्य यह है कि निर्ख के मूल्य मे केवल माल की लागत ही है और उसके अतिरिक्त अन्य कोई भी खर्चे सम्मिलित नही। दूसरे शब्दो मे, विक्रेता के गोदाम मे रक्खे हुये माल के मूल्य को स्थानीय मूल्य कहते हैं। दृष्टांत के लिये, यदि लन्दन का व्यापारी एक मशीन का मूल्य '१०० पौंड लोको' सूचित करता है, तो इससे तात्पर्य यह है कि १०० पौंड देकर मशीन को लन्दन के गोदाम से क्रय किया जा सकता है। लन्दन से इस देश मे लाने के अन्य खर्चे इस मूल्य में सम्मिलित नही होगे और उनका भुगतान पृथक रूप से करना होगा। सामान्यत विदेशी क्रेता स्थानीय मूल्य पर वस्तुओ का क्रय नही करते।

(२) जहाज तक मूल्य (F. A S —Free Along-side Ship)—जैसा कि इन शब्दों से ही स्पष्ट है। इस मूल्य से तात्पर्य यह है कि निर्ख के मूल्य मे केवल वही खर्चे सम्मिलित हैं जो माल को जहाज तक पहुँचाने में पड़ेगे अर्थात पैकिंग का व्यय, ठेल-भाड़ा, माल को रेलवे से उतारने का व्यय तथा बन्दरगाह तक लाने का खर्चा। इसके अतिरिक्त अन्य खर्चे इस मूल्य में सम्मिलित न होंगे और वे क्रेता को ही देने पड़ेगे। उदाहरण के लिए, यदि न्यूयार्क से 'जहाज तक मूल्य' पर माल खरीदा जाय तो उक्त लिखित खर्चे विक्रेता को अदा करने होंगे, और इसके बाद जो खर्चे होंगे उनको क्रेता अदा करेगा।

(३) 'जहाज पर मूल्य' (F O. B.—Free On Board Price)—इससे अभिप्राय यह है कि निर्ख के मूल्य मे केवल वे ही खर्चे सम्मिलित हैं जो माल के जहाज पर लद जाने तक होंगे। इस मूल्य मे स्थानीय मूल्य के अतिरिक्त निम्नलिखित खर्चे सम्मिलित होते हैं :—पैकिंग का खर्चा, बन्दरगाह तक ढुलाई का व्यय, निर्यात-कर,

डाक-व्यय और जहाज पर लदाई का खर्चा। दूसरे शब्दो मे, यदि 'जहाज तक मूल्य' म लदाई का खर्चा जोड दिया जाय, तो 'जहाज पर मूल्य' निकल आवेगा। माल के जहाज पर लद जाने के पश्चात् के सम्पूर्ण खर्चे माल के क्रेता को अदा करने होगे।

(४) भाडा समेत मूल्य (C & F. Price—Cost & Freight Price)—इस प्रकार के निर्ख का अभिप्राय यह है कि मूल्य मे जहाज का किराया भी सम्मिलित है। अन्य शब्दो मे यदि 'जहाज पर मूल्य' मे जहाजी किराया भी जोड दिया जाय तो भाडा समेत मूल्य निकल आता है। इस मूल्य म आगोप का व्यय (Insurance Premium) सम्मिलित नहीं होता।

(५) भाडा बीमा समेत मूल्य (C. I F Price—Cost Insurance & Freight Price)—इससे तात्पर्य ऐसे निर्ख से है, जिसमे जहाज का किराया एव माल के आगोप कराने का व्यय भी सम्मिलित हो। अन्य शब्दो मे यदि भाडा समेत मूल्य मे आगोप का व्यय भी सम्मिलित कर दे तो भाडा बीमा समेत मूल्य निकल आवेगा। इस मूल्य को कभी-कभी केवल Cif 'सिफ' भी कहते हैं।

(६) 'जहाज से निकलता' मूल्य (Ex-Ship Price)—इसका तात्पर्य यह है कि निर्ख के मूल्य मे केवल वे ही खर्च शामिल हैं, जो माल के अभीष्ट बन्दरगाह तक होगे। जहाज से माल की सुपुर्दगी लेने का व्यय क्रेता को अदा करना होगा। /

(७) 'प्रतिबन्ध गोदाम मे' मूल्य (In Bond Price)—इसका अभिप्राय यह है कि अभीष्ट बन्दरगाह पर माल को प्रमाणित गोदाम (Bonded Warehouse) मे जमा करने तक के सम्पूर्ण खर्चे ऐसे निर्ख मे सम्मिलित होगे और वहां से माल की सुपुर्दगी का व्यय तथा आयात-कर क्रेता को देना होगा।

(८) 'आयात कर चुकता' मूल्य (Duty Paid Price)—इसका अभिप्राय यह है कि निर्ख के मूल्य मे क्रेता के देश मे लगने वाले समस्त आयात कर भी सम्मिलित होगे और उसको बन्दरगाह से अपने गोदाम तक पहुँचाने तथा उतरवाने का खर्चा स्वय देना होगा।

(९) सर्व-मुक्त मूल्य (Franko or Free Price)—इसका अर्थ यह है कि माल को क्रेता के गोदाम तक सुरक्षित पहुँचाने तक के समस्त खर्चे निर्ख के मूल्य मे सम्मिलित है। इस प्रकार के निर्ख का प्रयोग केवल निकटवर्ती देशो के व्यापार मे ही किया जाता है।

आदेश और प्रतिज्ञा-पत्र मे अन्तर
(Difference between Order and Indent)

देशी व्यापार मे ग्राहक माल पाने के लिये विक्रेता को जो आज्ञा देता है, उसे आदेश कहते हैं। किन्तु विदेशी व्यापार मे माल मँगाने के हेतु जो आदेश निर्यात-प्रतिनिधि को दिया जाता है, उसे इन्डेण्ट या प्रतिज्ञा-पत्र (Indent) कहते हैं। वास्तव मे

आदेश एवं इन्डेण्ट में कोई महत्वपूर्ण अन्तर नहीं है। जो अन्तर है भी उसका मुख्य कारण यह है कि निर्यात-प्रतिनिधि जब ग्राहक को माल भेजता है, तब वह उसका एजेण्ट होता है और उसके तथा ग्राहक के मध्य एक लिखित प्रतिज्ञा होती है, जिसमें कि वह अपने प्रतिनिधि को माल के क्रय, पैकिंग, जहाज पर लादने, भुगतान आदि के विषय में पूर्ण निर्देश करता है। इसके विरुद्ध, उत्पादक विक्रेता के रूप में केवल प्रस्तावक होता है, और ग्राहक केवल प्रस्ताव को स्वीकार करता है। यह अन्तर केवल शास्त्रीय है, वास्तविक नहीं। आदेश अथवा इन्डेण्ट दोनों में ही निम्नलिखित निर्देश होते हैं —

आडर एवं इन्डेन्ट की मुख्य-मुख्य बातें

(१) आकार-प्रकार (Quality)।
(२) मात्रा (Quantity)।
(३) मूल्य (Price)।
(४) दिखावट, पैकिंग एवं चिह्न।
(५) माल भेजने का समय तथा साधन।
(६) आगोप (Insurance)।
(७) भुगतान (Payment)।
(८) पंचायत (Arbitration)।

(१) आकार-प्रकार (Quality)—व्यापार में, चाहे वह देशी हो अथवा विदेशी स्पष्ट और निश्चित भाषा में वस्तु के आकार-प्रकार का पूर्ण विवरण देना बड़ा आवश्यक है, अन्यथा बाद में अनावश्यक पत्र-व्यवहार में समय और धन दोनों ही नष्ट होंगे। यही नहीं अस्पष्ट विषय पर विवाद भी खड़ा हो सकता है। आकार-प्रकार का स्पष्ट विवरण देने के हेतु बानगी या नमूना भेजा जा सकता है अथवा ट्रेड-मार्क या सूची-पत्र की ओर संकेत किया जा सकता है।

(२) मात्रा (Quantity)—वस्तु की आवश्यक मात्रा को निश्चित ढंग से स्पष्ट करना भी बड़ा महत्वपूर्ण है। यह मात्रा संख्या, बोझ या माप से बताई जा सकती है। इस सम्बन्ध में यह बात ध्यान देने योग्य है कि विभिन्न देशों में माप और तौल के चिह्न भिन्न हैं, अतएव एक देश विशेष के लिए उन्हीं चिह्नों का प्रयोग करना चाहिए, जो वहाँ प्रचलित हो। यदि विश्व के समस्त देशों में माप और तौल के एक ही चिह्न प्रयोग किये जाने लगें तो सचमुच अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में बड़ी सुविधा हो।

(३) मूल्य (Price)—मूल्य के सम्बन्ध में यह निर्देश करना बड़ा आवश्यक है कि किस मूल्य की वस्तु की माँग है। विदेशी व्यापार में प्रयोग होने वाले विभिन्न मूल्यों का वर्णन हमने पीछे किया है। कभी-कभी क्रेता माल के मूल्य का प्रश्न अपने निर्यात्-प्रतिनिधि के विवेक पर छोड़ देता है, किन्तु यह उसी दशा में सम्भव है, जबकि आयात-कर्ता को अपने निर्यात-प्रतिनिधि पर पूर्ण विश्वास हो। कुछ लोग अपने निर्यात प्रतिनिधि को मूल्य की अधिकतम सीमा बतला देते हैं, जिसके भीतर वह माल खरीद सकता है।

(४) दिखावट, पैकिंग एवं चिह्न (Make-up, Packing and Marking) यह भी बड़ी महत्वपूर्ण बात है कि विक्रेता को माल की तैयारी पैकिंग एवं चिह्न के

सम्बन्ध में स्पष्ट आदेश मिल जायें जिससे कि माल भेजने में उसको कोई कठिनाई न हो। दिखावट (make-up) से तात्पर्य यह है कि माल को भेजने के पूर्व उसको बड़ी सुन्दरता से तैयार कर दिया जाय—वस्तु की भली प्रकार धरी बनाई जाय, सुविधा से मोड़ा जाय, उपयुक्त स्थान में मोहर लगाई जाय तथा नाम आदि छापा जाय, सब वस्तुओं को एक में अलग-अलग यथोचित रूप में सिया जाय, आदि माल की तैयारी के सम्बन्ध में यदि माल के खरीदने वाले का कोई स्पष्ट निर्देश नहीं है तो विक्रेता का यह कर्त्तव्य है कि उसको सुन्दर प्रचलित ढंग से भेजने के लिये तैयार करे।

वस्तुओं का पैकिंग उनके आकार-प्रकार के अनुसार होना चाहिए। यह कार्य बड़ी कुशलता एवं सावधानी से होना चाहिए जिससे कि चढ़ाने, उतारने अथवा गर्मी या सर्दी से कोई हानि न पहुँचे। पैकिंग इस प्रकार होना चाहिये कि भली प्रकार एक निश्चित स्थान में अधिकतम माल आ जाय, न तो वह अधिक कड़ा हो और न बिल्कुल ढीला। अच्छा तो यह है कि इस कार्य को दक्ष पैकरों (Expert Packers) द्वारा कराया जाय। पैकिंग के सम्बन्ध में यदि माल मँगाने वाले के कुछ निर्देश हैं तो उनका पूर्णतया पालन होना चाहिये और यदि नहीं हैं, तो विक्रेता को स्वयं अपने विवेकानुसार कार्य करना चाहिये साधारणतया कपड़े, रुई अथवा जूट को भेजने के लिये उनकी गाँठें बनाकर टाट में लपेटकर लोहे की पत्तियों से कस दिया जाता है। इन गाँठों के ऊपर तेल वस्त्र (Oil Cloth), अथवा किरमिच, या अन्य कोई जल-रक्षित (Waterproof) वस्तु लपेट दी जाती है, इससे वे और भी सुरक्षित हो जाती हैं। टीन अथवा जस्ते की पेटियाँ सबसे सुरक्षित होती हैं। शराब को भेजने के लिए उसको पीपों में बन्द करके बाहर से टीन की पत्तियों द्वारा कस दिया जाता है। चना, चावल, गेहूँ आदि प्राय बोरों में भेजे जाते हैं। बहुमूल्य कपड़ों को पहले तेल-वस्त्र में लपेट कर फिर लकड़ी की पेटियों में बन्द करके भेजना चाहिए।

पैकिंग के पश्चात् यह अत्यन्त आवश्यक है कि पेटियों अथवा गाँठों के ऊपर खरीदने वाले का नाम और पता, एवं कोई ऐसा विशिष्ट चिह्न जिससे क्रेता को अपनी पेटी तुरन्त मिल जाय, लिख दिया जाना चाहिये। यह विशिष्ट चिह्न साधारणतया त्रिभुज, चतुर्भुज इत्यादि किसी रेखा-चित्र के अंदर माल के पानेवाले के नाम प्रारंभिक अक्षर लिखकर बनाया जाता है। साथ में, यदि बन्दरगाह का नाम भी लिख दिया जाय, तो अति सुविधा हो। विशेष प्रकार के माल के लिये विशेष शब्द भी लिखना आवश्यक है, जैसे "सावधान। काँच है" (Glass with Care), "यह दिशा ऊपर" (This side-up), "अत्यन्त जलनशील" (Highly Inflamable), "टूटने वाली" (Brittle)।

(५) माल भेजने का समय तथा साधन (Delivery of Goods)—माल के भेजने के समय के सम्बन्ध में आदेश अथवा इन्डेंट में स्पष्ट निर्देश होते हैं, जिनको पालना विक्रेता का कर्त्तव्य है। यदि समय-सम्बन्धी कोई निर्देश नहीं है, तो उसको चाहिए कि उचित समय के भीतर वस्तुओं को भेज दे, अन्यथा वह मँगाने वाले की

हानि-पूर्ति का उत्तरदायी होगा"। हाँ। यह आवश्यक है कि यदि कोई असाधारण परिस्थिति हो जाय, जैसे युद्ध, भूकम्प, हड़ताल, दंगा अथवा आग, तो देरी के लिए वह उत्तरदायी नहीं होगा।

समय के अतिरिक्त यह बात भी बड़े महत्व की है कि वस्तुओं को मँगाने वाला साधन-सम्बन्धी ऐसे स्पष्ट निर्देश दे दे कि किस जहाज से और किस बन्दरगाह से माल को भेजा जाय।

(६) आगोप (Insurance)—समुद्र द्वारा भेजे हुए माल का प्राय बीमा करा लिया जाता है। इससे माल पूर्णत सुरक्षित हो जाता है। यदि माल का बीमा कराना है, तो क्रेता को यह पूर्व सूचना देना आवश्यक है कि बीमा कौन करायेगा ? यदि विक्रेता द्वारा बीमा कराना है, तो क्रेता का यह कर्तव्य है कि वह इन्डेण्ट मे ऐसा स्पष्ट निर्देश कर दे, और उस आगोप प्रमण्डल का नाम लिख दे, जिससे वह बीमा कराना चाहता है।

(७) भुगतान (Payment)—भुगतान के सम्बन्ध म यह बात ध्यान देने योग्य है कि जिस देश मे माल खरीदा जाय, उस देश की मुद्रा मे ही भुगतान किया जाय, जैसे—भारत और अमेरिका के सौदो मे भुगतान डालर मे किया जाता है। विनिमय दर सम्बन्धी निर्देश इन्डेण्ट मे स्पष्ट लिख देना चाहिये।

(८) पंचायत (Arbitration)—दोनो पक्षो की सुविधा के लिये यह भी बड़ा आवश्यक है कि प्रतिज्ञा-पत्र मे पचायत का विवरण दे दिया जाय, जिससे यदि कभी विवाद उठे, तो वह सरलता से तय कर दिया जाय।

आयात और निर्यात कर (Import and Export Duties)

जैसा हम पीछे कह चुके हैं, विदेश से आये हुए माल पर लगने वाले कर को आयात-कर (Import-duty) और देश से बाहर जाने वाले माल पर लगने वाले कर को निर्यात-कर कहते हैं। आयात और निर्यात-कर वस्तु का मूल्य बढ़ा देते हैं, और इनसे अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मे रुकावट आती है।

आयात और निर्यात करों के भेद

(१) राजस्व चुंगी (Export Duties)—वह चुगी, जो कि राज्य के खर्चों को पूरा करने की दृष्टि से धन इकट्ठा करने के लिये लगाई जाती है—राजस्व चुगी कहलाती है। इन्हे आगम-कर भी कहते हैं, और इनसे अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मे विशेष बाधा नही पड़ती।

(२) रक्षात्मक चुंगी (Protective Duties)—रक्षात्मक-कर लगाने का मुख्य उद्देश्य देशी उद्योगों की उन्नति करना होता है। उदाहरण के लिए यदि देशी कपड़ा बाजार मे ।।=) गज बिकता है और वैसा ही विदेशी कपड़ा ।।-) गज, तो विदेशी कपड़े पर -)। प्रति गज के हिसाब से आयात-कर लगा देने से देश के सूती उद्योग की रक्षा हो जायेगी, ऐसी परिस्थिति मे विदेशी कपड़ा ।।=)। गज बिकने लगेगा,

और देशी कपड़ा उससे महंगा पड़ेगा। रक्षात्मक-कर लगाने वाला देश रक्षात्मक अथवा संरक्षण देश (Protective Country) कहा जाता है और इसके विपरीत जिस देश के आयात-कर आगम-स्वभाव के होते हैं, उसे स्वतन्त्र व्यापार वाला देश (Free Trade Country) कहते हैं।

(३) आपेक्षिक अथवा अधिमान्य दर (Preferential Duties)—कभी-कभी दो देशों में परस्पर समझौता हो जाने पर वहाँ से आयात किये जाने वाले माल पर पूरे संरक्षण-कर नहीं लगाये जाते, उनमें अन्य देशों की अपेक्षा कुछ कमी करदी जाती है। ऐसे करों को रियायती, अधिमान्य अथवा आपेक्षिक कर कहते हैं। उदाहरण के लिये, अपने देश में ब्रिटिश साम्राज्य के अन्य देशों से जो माल आता है उस पर अन्य देशों के माल की अपेक्षा कम आयात-कर लगाया जाता है।

> **आयात व निर्यात करों के मुख्य भेद**
> (१) आगम कर।
> (२) संरक्षण कर।
> (३) अधिमान्य कर।
> (४) मात्रानुसार कर।
> (५) मूल्य कर।

(४) मात्रानुसार कर (Specific Duties)—जो कर माल की नाप-तौल अथवा संख्या के आधार पर लगाया जाता है—जैसे प्रति टन या प्रति मन या प्रति गैलन इतना माल आता है, उस पर रुपया—उसे मात्रानुसार या परिमाण-कर कहते हैं।

(५) मूल्य कर (Advalorem Duties)—जो कर वस्तुओं के मूल्य के आधार पर लगाया जाता है, जैसे एक आना प्रति रुपया—उसे मूल्य कर कहते हैं। मूल्य कर या तो स्थिर-मूल्य पर आँका जाता है अथवा बाजार-मूल्य पर। भारतवर्ष में अधिकतर आयात-निर्यात कर 'मूल्य-कर' हैं।

आयात-निर्यात कर सूची (Tariff)

आयात-निर्यात पर लगाये जाने वाले करों की सूची को चुंगी-पत्र, आयात-निर्यात कर-सूची अथवा टैरिफ कहते है, और यह बड़े महत्व की वस्तु है।

आयात व निर्यात करों का संग्रह

प्रत्येक बन्दरगाह पर आयात और निर्यात करों के नियन्त्रण के लिए एक कर-गृह (Customs' House) होता है, जिसका अध्यक्ष कलेक्टर (Collector of Customs) कहलाता है। कर-कलेक्टर की सहायता के लिये सहायक कलेक्टर भी होते हैं। कार्य-कुशलता के हेतु कर-गृह में निम्नलिखित मुख्य विभाग होते हैं —

(१) निर्यात विभाग (Export Department)—इसका मुख्य कार्य माल को निर्यात करने तथा जहाज को बन्दरगाह छोड़ने की अनुमति देना होता है।

(२) आयात विभाग (Import Department)—इसका मुख्य कार्य माल मँगाने वाले को माल के लेने की अनुमति देना होता है।

(३) मूल्य निरूपक विभाग (Price Determination Department)—जैसा कि इन शब्दों से ही स्पष्ट है कि इस विभाग का मुख्य कार्य आयात का मूल्य निश्चित करके उचित कर लगाना होता है। इस कार्य में सहायता के हेतु मूल्य निरूपक तथा परीक्षक होते हैं।

कस्टम हाउस के छः विभाग
(१) निर्यात विभाग।
(२) आयात विभाग।
(३) मूल्य निरूपक विभाग।
(४) रोक-थाम विभाग।
(५) प्रयोगशाला।
(६) आयात-निर्यात नियन्त्रण विभाग।

(४) रोक थाम विभाग (Security Department)—नियम के विरुद्ध माल के आयात अथवा निर्यात को रोकने के लिये जो विभाग होता है, उसे रोकथाम विभाग कहते हैं। यह विभाग यह देखता है कि जिस माल पर बाहर जाने में रोक है वह भेजा तो नहीं जा रहा और बिना आवश्यक कर दिये कोई माल देश में प्रवेश तो नहीं कर रहा।

(५) प्रयोगशाला (Laboratory)—जिन वस्तुओं की रासायनिक परीक्षा की आवश्यकता होती है, उनके लिये एक प्रयोगशाला भी होती है।

(६) आयात-निर्यात नियन्त्रण विभाग (Import and Export Control Section)—इस विभाग का मुख्य कार्य यह देखना होता है कि प्रत्येक आयात और निर्यात केवल राजकीय लाइसेन्स के अनुसार हो, और देश के बाहर ऐसा कोई माल नहीं जाने पावे जो शत्रु को सहायक हो। वास्तव में युद्ध-कार्य ने ही इस विभाग को जन्म दिया है क्योंकि तब से ही लाइसेन्स की प्रथा प्रचलित हुई है।

प्रतिबधित अथवा प्रमाणित गोदाम (Bonded Warehouse)

इससे हमारा तात्पर्य ऐसे गोदाम से है, जिसमें कि माल मँगाने वाला आयात करके भुगतान तक माल रखवा सकता है। इनको प्रतिबन्धित गोदाम इसलिए कहते हैं, क्योंकि इनके मालिक सरकार को एक प्रतिबन्ध-पत्र (Bond) भरकर देते हैं और इस प्रकार वे प्रतिज्ञा-बद्ध हो जाते हैं। इन गोदामों का महत्व वास्तव में उन आयात-कर्ताओं के लिये है जो बन्दरगाह पर माल के आते ही तुरन्त कर अदा नहीं कर सकते। ऐसी परिस्थिति में वे कर कलेक्टर के नाम एक प्रार्थना-पत्र भेजते हैं कि वे माल पर कर अभी अदा न कर बाद में चुकाना चाहते हैं, अतएव उनका माल प्रतिबधित गोदाम में रख दिया जावे। तदनुसार माल प्रतिबधित गोदाम में रख दिया जाता है और गोदाम वाले उसकी एक रसीद दे देते हैं। जब माल गोदाम से मुक्त किया जाता है तब कर के सहित गोदाम का किराया भी वसूल किया जाता है। परन्तु यदि माल पुनः निर्यात के लिये होता है, तो कर चुकाने की आवश्यकता नहीं होती। यदि 'कर-गृह' के अधिकारियों की आज्ञा के बिना प्रतिबधित गोदाम में से माल निकाल लिया जाय, तो आयातकर्त्ता को भारी दण्ड भुगतना पड़ता है। यदि आये माल को

वापस कर दिया जाय, तो ऐसी दशा में कर भी लौटा दिया जाता है और इसे 'प्रतिदान' कहते हैं।

मूल स्थान का प्रमाण पत्र (Certificate of Origin)

आपेक्षित कर के सम्बन्ध में ऐसे प्रमाण-पत्र का बड़ा महत्व है, क्योंकि इससे यह पूर्णत ज्ञात हो जाता है कि माल का उद्गम केन्द्र कौनसा है, जिसमें कि धोखा न हो और केवल उन्हीं देशों के माल पर कम चुंगी ली जाय, जिनसे सचमुच में समझौता है। मूल स्थान के प्रमाण-पत्र को प्राय उद्गम का प्रमाण-पत्र कहते हैं, क्योंकि इसमें निर्यात किये जाने वाले माल का मूल अथवा उद्गम स्थान दिया होता है। यह प्रमाण पत्र बीजक की पीठ पर छपा हुआ होता है अथवा कभी-कभी अलग फार्म पर भी दिया जाता है, जो कि कर-गृह अथवा चैम्बर आफ कॉमर्स से प्राप्त किये जा सकते हैं। उद्गम के प्रमाण-पत्र पर माल भेजने वाले अथवा उसके प्रतिनिधि के हस्ताक्षर होना अति आवश्यक है। जैसा अभी ऊपर लिख चुके हैं, इन प्रमाण-पत्रों के उपस्थित करने पर माल पर आयात-कर नियमानुसार दर से कम लगता है।

उत्पादन-कर (Excise Duties)

उत्पादन-कर से हमारा तात्पर्य ऐसे करों से है जो कि देश के भीतर ही कुछ विशिष्ट वस्तुओं की उत्पत्ति पर लगाये जाते हैं, जैसे—अपने देश में गाँजा, शराब, दियासलाई के उत्पादन पर लगाये हुए कर। उत्पादन कर और आयात-निर्यात कर बिल्कुल भिन्न हैं, उत्पादन कर तो देश के भीतर की वस्तु की उत्पत्ति पर लगते हैं और आयात-निर्यात कर माल के आयात-निर्यात पर।

चुंगी (Octroi)

नगरपालिका अथवा अन्य स्थानीय संस्थाओं द्वारा अपने नगर में प्रवेश पाने वाले माल पर लगाए हुए कर को चुंगी कहते हैं।

विदेशी भुगतान (Foreign Payment)

देशी और विदेशी व्यापार में माल के मूल्य को चुकाने का ढग भिन्न है। देशी व्यापार में तो भुगतान रुपया भेजकर अथवा चैक, हुण्डी या बिल आफ एक्सचेंज द्वारा किया जा सकता है। किन्तु विदेशी भुगतान में दो मुख्य कठिनाइयाँ होती हैं–एक तो मुद्रा की, क्योंकि विभिन्न देशों में विभिन्न प्रकार की मुद्राओं का चलन होता है और दूसरे भुगतान की विधि के सम्बन्ध में। भुगतान करने के कुल प्रचलित ढग ये हैं —

(1) बिल की स्वीकृति पर कागज पत्र

विदेशी भुगतान का सबसे सरल और साधारण उपाय यह है कि माल भेजने वाला आयातकर्ता को माल का अधिकार दिलाने वाले सम्पूर्ण कागजात स्वयं भेज दे और आयातकर्त्ता को एक सादा बिल लिख दे। किन्तु भुगतान की यह विधि उसी

दशा में सम्भव है जबकि आयातकर्त्ता एक ईमानदार एवं पूर्ण परिचित व्यक्ति हो, अन्यथा नही। इसलिये यह विधि अधिक चलन मे नही है।

भुगतान की अधिक प्रचलित विधि तो यह है कि निर्यातकर्त्ता अपने ग्राहक के नाम एक बिल लिखता है, जिसमे माल के अधिकार दिलाने वाले सम्पूर्ण कागजात, जहाजी रसीद, बीजक, बीमे की रसीद आदि नत्थी कर देता है और उन्हे बिल सहित अपनी बैंक को दे देता है। साथ ही साथ बैंक को यह आदेश भी दे देता है कि माल का अधिकार दिलाने वाले सम्पूर्ण कागज-पत्रो को तभी ग्राहक को देवे जब कि वह बिल का भुगतान कर दे, अथवा बिल को स्वीकार करले। ऐसे बिलो को जिसमे उक्त लिखित कागज-पत्र नत्थी होते हैं, रक्के वाला बिल (Documentary Bill) कहते हैं। इस प्रकार के बिल तीन तरह के होते हैं —

(१) स्वीकृति पर कागज-पत्र वाला बिल (**Documents Against Acceptance or D/A**)—डी/ए बिल का प्रयोग केवल विश्वासपात्र ग्राहको के साथ ही होता है। इसका आशय यह है कि बिल की स्वीकृति के पश्चात् ही माल के अधिकार दिलाने वाले कागज-पत्र ग्राहक के हाथो मे सौपे जायेंगे, उसके पूर्व नही। ऐसे भुगतान की विधि इस प्रकार है—विक्रेता बिल को माल-सम्बन्धी अधिकार-पत्र सहित अपनी बैंक को भेज देता है, जो कि सम्पूर्ण कागजो को आयातकर्त्ता के देश मे स्थित अपनी शाखा को भेज देता है। वह शाखा ग्राहक के सम्मुख बिल उपस्थित करती है और जब ग्राहक उसको स्वीकार कर लेता है तो माल-सम्बन्धी अधिकार-पत्र उसको सौप दिये जाते हैं। ऐसे बिल की अवधि प्राय दो या तीन माह की होती है, जिसके व्यतीत होने पर बैंक बिल को पुन आयातकर्त्ता के सम्मुख भुगतान के लिये उपस्थित करता है। भुगतान के बाद इस बात की सूचना विक्रेता के बैंक को भी दे दी जाती है और ऐसी सूचना के मिलने पर विक्रेता के खाते मे बिल का रुपया जमा कर दिया जाता है।

(२) भुगतान पर कागज-पत्र वाला बिल (**Documents Against Payment or D/P**)—जब विक्रेता यह चाहता है कि केवल स्वीकृति ही नही वरन् पूर्ण भुगतान के पश्चात् ही माल के अधिकार-सम्बन्धी कागजात आयातकर्त्ता को सौपे जायँ, तो ऐसी दशा मे वह एक दर्शनी (Demand) बिल लिखता है। इसका आशय यह होता है कि बिल के पूर्ण भुगतान के पश्चात् ही माल के अधिकार सम्बन्धी कागजात आयातकर्त्ता को सौपे जायें। भुगतान के बाद निर्यातकर्त्ता की बैंक को सूचना मिलने पर उसके खाते मे बिल का रुपया जमा कर दिया जाता है। इस प्रकार के बिल को डी० पी० बिल कहते हैं।

(३) बैंक के नाम बिल—कभी-कभी निर्यातकर्त्ता बैंक के ही नाम बिल भेजता है, क्योंकि ऐसे बिल मे अप्रतिष्ठित (Dishonour) होने की सम्भावना कम होती है यही नही, ऐसा बिल कम बट्टे पर भुनाया भी जा सकता है। ऐसी दशा मे ग्राहक अपनी बैंक से ऐसा प्रबन्ध कर लेता है कि उसके स्थान पर वह बिल को स्वीकार

करले। बिल बैंक के नाम लिखा जाता है। बिल के ही साथ-साथ माल के अधिकार सम्बन्धी कागजात होते हैं। वह बैंक निर्दिष्ट बैंक के सम्मुख बिल उपस्थित करता है और उसकी स्वीकृति के पश्चात् अधिकार-पत्र उसे दे देता है और यदि वह डी० पी० बिल हुआ तो उसके भुगतान के पश्चात् कागज-पत्र दिये जाते हैं। इस प्रकार के बैंक के नाम बिल मे अधिक सुविधा एव सुरक्षा रहती है।

(II) नक्द भुगतान पर कागज पत्र सौंपना (C/D or Cash Against Documents)

यह भुगतान की सर्वश्रेष्ठ विधि है। प्राय सभी क्रेता यह चाहते हैं कि माल के अधिकार सम्बन्धी कागज पत्र हाथ मे आने के पश्चात् ही मूल्य का भुगतान किया जाय। ऐसी दशा मे विदेशी क्रेता अपनी बैंक मे नगद रुपया जमा कर देता है और साथ ही साथ उसे यह आदेश भी दे देता है कि वह अपनी विदेश स्थित शाखा अथवा प्रतिनिधि के द्वारा निर्यातकर्ता को नक्द भुगतान कर दे। विदेशी भुगतान की यह विधि विक्रेता के लिये बडी उपयोगी है क्योकि माल सम्बन्धी कागज पत्र भुगतान के बाद ही क्रेता के हाथ म पहुँचते हैं।

(III) विदेशी बैंक ड्राफ्ट (Foreign Bank Draft)

बैंक ड्राफ्ट से तात्पर्य एक ऐसे बिल से है जो एक बैंक के द्वारा अपनी किसी शाखा अथवा प्रतिनिधि के नाम लिखी जाती है और जिसका भुगतान उस बिल को दिखाने पर वह शाखा अथवा प्रतिनिधि कर देता है। इसकी विधि बिल्कुल सरल है। क्रेता को चाहिये कि बैंक मे इतना धन जमा करदे कि जितने मूल्य की वस्तु उसे लेनी है और फिर उससे विदेश में स्थित शाखा अथवा प्रतिनिधि के नाम बिल लिखा ले। इस बिल को क्रेता सावधानी से विक्रेता के पास भेज देता है, जो इस बैंक की शाखा अथवा प्रतिनिधि को यह ड्राफ्ट दिखलाकर भुगतान-प्राप्त कर लेता है।

(IV) तार द्वारा भुगतान (Payment by Telegram)

यदि भुगतान अधिक शीघ्र करना है तो क्रेता को चाहिये कि अपने देश की किसी बैंक मे रुपया जमा कर दे और फिर वह बैंक अपनी शाखा अथवा प्रतिनिधि के नाम समुद्री तार द्वारा ऐसा तार भेज दे कि अमुक व्यक्ति को इतने धन का भुगतान कर दिया जाय। तार की प्राप्ति पर तुरन्त विक्रेता के नाम उतना धन जमा कर दिया जायगा। तार द्वारा भुगतान की विधि मे व्यय अधिक होता है।

बन्धक पत्र

(Letter of Hypothetication)

यदि निर्यातकर्त्ता यह चाहता है कि माल के ही साथ बिल का भुगतान हो जाय, तो ऐसी दशा में वह अपने देश की एक्सचेन्ज बैंक से बिल को भुना कर रुपया वसूल कर सकता है। किन्तु ऐसी परिस्थिति मे उसको एक पत्र लिखकर देना होगा

जिसके आधार पर बिल को प्रप्रतिष्ठित होने की दशा मे बैंक माल पर अधिकार कर सकती है। यही नही, इस पत्र के आधार पर बैंक माल को बेच भी सकती है। ऐसे पत्र को बन्धक-पत्र कहते हैं। यदि निर्यातकर्त्ता बराबर निर्यात करता रहता है और उसे बैंक से रुपया लेने की आवश्यकता पड़ती रहती है तो ऐसी दशा मे वह समस्त भावी सौदो के लिये एक सामान्य बन्धक पत्र (General Letter of Hypothetication) दे देता है। बन्धक-पत्र का एक काल्पनिक नमूना नीचे दिया जाता है—

LETTER OF HYPOTHETICATION

Manchester,
26th June, 1960

To

The Directors of the Lloyd's Bank Ltd,
MANCHESTOR

Dear Sirs,

We enclose herewith a 60 day's sight bill drawn by us on Messrs Mafat Lal Gangal Bhai & Sons, Bombay, for £ 300/- and forward the following shipping documents as security

1 Invoice for bales of cotton valued at £ 300,
2 Insurance Policy £ 300
3 B/L for bales marked | M /G | Bombay 15' per 'Himalaya'

from Menchester to Bombay The documents should be surrendered on the payment of the bill

In the case of dishonour of the bill, we hereby authorise you to cause the said goods to be sold on our account at our risk and subject to the charges for commission and incidental charges

Yours faithfully,
Parkinson & Brothers

जहाजी किराए का अनुबन्ध

(Contract of Affreightment)

जहाज के द्वारा माल ले जाने के हेतु जहाजी कम्पनी से जो अनुबन्ध किया जाता है, उसे जहाजी किराये का अनुबन्ध कहते हैं। प्राय वह लिखित होता है। इस अनुबन्ध के दो मुख्य स्वरूप होते हैं :—नवभाटक-पत्र (Charter Party or C/P) जहाजी बिल्टी (Bill of Lading or B/L)

(१) नवभाटक पत्र (Charter Party C/P)—इससे अभिप्राय ऐसे पत्र से है जिसके द्वारा सम्पूर्ण जहाज को किराये पर ले लिया जाता है। इस प्रकार का अनुबध उस दशा मे होता है जबकि माल काफी बडी मात्रा मे भेजा जाता हो और पूरे जहाज

को ले जाने में ही सुविधा और किफायत हो। नवभाटक-पत्र या तो पूरे जहाज के किराये के लिये होता है, अथवा उसके पूरे एक भाग के लिये होता है। यदि वह विशेष यात्रा के लिये है तो उसे यात्रा चार्ट (Voyage-Charter) और यदि विशेष समय के लिये है, तो उसे समय-चार्ट (Time-Charter) कहते हैं। इस पत्र मे तीन मुख्य बाते लिखी जाती हैं —

(अ) उन बन्दरगाहो के नाम जिनके बीच मे जहाज का आना-जाना होगा।

(ब) माल का स्पष्ट विवरण।

(स) जहाजी किराये की रकम।

इन प्रमुख बातो के अतिरिक्त इस पत्र मे कुछ अन्य बाते भी होती है, जैसे किराये के भुगतान का ढग, माल उतारने-चढाने के लिये निर्धारित समय, आदि।

(२) जहाजी बिल्टी (Bill of Landing—B/L)—यदि माल की मात्रा अधिक नही है तो ऐसी दशा मे जहाजी किराए का जो अनुबन्ध होता है उसे जहाजी बिल्टी कहते हैं। यह बिल्टी जहाज पर लादे हुए माल की स्वीकृति होती है, और इसमे वे सम्पूर्ण शर्ते छपी होती हैं, जिन पर कि माल ले जाने के लिए जहाजी कम्पनी तैयार होती है। जहाजी बिल्टी की प्रमुख बाते ये हैं —

(अ) भेजने वाले का नाम।

(आ) माल लादने का स्थान।

(इ) माल लादने की तिथि।

(ई) अभीष्ट बन्दरगाह का नाम।

(उ) जहाज और उसके कप्तान का नाम।

(ऊ) माल का विवरण—उसकी किस्म।

(ओ) जहाजी किराये की रकम।

जहाजी बिल्टी को अन्य शब्दो मे माल का अधिकार-पत्र (Document of Title) भी कह सकते हैं और वह एक व्यक्ति से दूसरे के लिये हस्तातरित भी की जा सकती है। वह दो प्रकार की होती है—वाहक (Bearer) और आदिष्ट (Order)। वाहक से तात्पर्य ऐसी बिल्टी से है, जिसको अभीष्ट बन्दरगाह पर उपस्थित करने वाला कोई भी व्यक्ति माल प्राप्त कर सकता है, और आदिष्ट से तात्पर्य ऐसी बिल्टी से है जिसमे किसी विशेष व्यक्ति का नाम दिया होता है, और माल की सुपुर्दगी उसी विशेष व्यक्ति को अथवा उसके द्वारा किसी आदेशित व्यक्ति को ही हो सकती है। वाहक बिल्टी का हस्तातरण केवल सुपुर्दगी देकर ही किया जा सकता है, किन्तु आदिष्ट बिल्टी के हस्तातरण के लिये सुपुर्दगी एव पृष्ठाकना (Endorsement) दोनो ही आवश्यक हैं।

उक्त लिखित बातो से यह आशय न निकालना चाहिए कि जहाजी बिल्टी एक बेचान साध्य विपत्र (Negotiable Instrument) है। इन दोनो मे बडा महत्वपूर्ण अन्तर है, जहाजी बिल्टी के धारक (Holder) का माल पर अधिकार हस्तातरक

(Transferor) के अधिकार से श्रेष्ठ नहीं हो सकता, किन्तु बेचान साध्य विपत्र (जैसे बी० ई० या पी० यन) का नियमानुसार धारक (Holder in due Course) हस्तातरक के अधिकार मे दोष होने पर भी, उस पर निर्दोष अधिकार प्राप्त कर सकता है। अतएव जहाजी बिल्टी को एक अर्ध बेचान साध्य विपत्र (Semi Negotiable Instrument) कह सकते हैं।

अभ्यास के प्रश्न

१. "विदेशी व्यापार" से क्या अभिप्राय है? इसकी लाभ-हानियो का विवेचन करिये।

२ विदेशी व्यापार मे माल का भुगतान करने की विभिन्न रीतियो पर प्रकाश डालिये।

३. 'आर्डर' एव 'इन्डेएट' मे क्या भेद है? इनमे कौन-कौन-सी बातें दी जाती हैं?

४ विदेशी व्यापार मे कौन-कौन से मूल्य-प्रचलित हैं? स्पष्ट समझाइये।

५ निम्न पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिये :—

(अ) उद्गम स्थान का प्रमाण-पत्र।

(ब) प्रतिबन्धित गोदाम।

(स) उत्पादन कर।

(द) आयात-निर्यात कर।

१०.

विदेशों से माल मँगाना अथवा आयात प्रणाली

(Importing Goods or Import Procedure)

आयात व्यापार की गति-विधि

आयात व्यापार की वास्तविक गति-विधि, एक उदाहरण द्वारा, बड़ी सरलता से समझी जा सकती है।[1] मान लो आगरे का साहित्य भवन इङ्गलैंड से कुछ पुस्तकें खरीदना चाहता है और वह पुस्तकों के खरीदने और निर्यात करने का काम पार्किन्सन एण्ड कम्पनी को सौंपता है। इस दृष्टान्त में आयात व्यापार की वास्तविक गति-विधि निम्नांकित ढंग से होगी —

(१) इन्डेंट—साहित्य भवन का सर्वप्रथम कार्य एक इन्डैण्ट तैयार करके मैसर्स पार्किन्सन एण्ड कम्पनी लन्दन को भेजना होगा। इस इन्डैण्ट को बड़ी सावधानी से बनाना चाहिए और उसमें पुस्तकों के नाम, उनकी संख्या, मूल्य, पैकिंग, रवाना करने का समय और जहाज तथा बीमा के सम्बन्ध में स्पष्ट निर्देश देना चाहिए।

(२) निर्यात प्रतिनिधि—जब मैसर्स पार्किन्सन एण्ड कम्पनी को इन्डैण्ट मिलेगा, तो वे उसमें दिये गये आदेशों के अनुसार पुस्तकों को खरीदेंगे और फिर उनको भेजने की व्यवस्था करेंगे। निर्यात प्रतिनिधि को इस बात का विशेष ध्यान रखना चाहिये कि वही पुस्तकें खरीदी जावें जो इन्डैण्ट में लिखी हैं और उनकी संख्या भी इन्डैण्ट के अनुसार हो। खरीदने के पश्चात् पुस्तकों का भली प्रकार पैकिंग कराना चाहिये और तत्पश्चात् जहाज के द्वारा भेजना चाहिए। जहाज द्वारा भेजने के लिए, वह माल के लदाने वाले प्रतिनिधि की सेवाओं का भी उपभोग कर सकता है। माल के जहाज पर लद जाने के बाद उसके अधिकार सम्बन्धी कागज पत्र बीजक के साथ बैंक के द्वारा भेज देना चाहिए। यही नहीं, बीजक की एक प्रति

[1] आजकल सभी देशों में आयात-निर्यात पर कुछ न कुछ प्रतिबन्ध लगे हुए हैं। भारत में भी कुछ वस्तुओं का आयात करने के लिये सरकार से लाइसेन्स लेना पड़ता है।

विदेशों से माल मंगाने के लिये की जाने वाली कार्यवाही

(१) इण्डेन्ट भेजना।
(२) निर्यात प्रतिनिधि द्वारा क्रय।
(३) जहाजी कागज-पत्रों की प्राप्ति।
(४) निकासी प्रतिनिधि को आदेश।
(५) जहाजी कम्पनी की अनुमति।
(६) आयात करों का भुगतान।
(७) डाक व्यय अदा करना।
(८) माल की निकासी।
(९) माल को बंधक गोदाम में रखना।
(१०) रेल द्वारा माल भेजना।
(११) रेल से माल छुड़ाना।

तथा माल भेजने की सूचना सीधे डाक द्वारा साहित्य भवन को भेजना चाहिए। बीजक में पुस्तकों का मूल्य, भेजने का खर्चा और कमीशन स्पष्ट लिखना चाहिए। यदि डी/पी बिल है, तो निर्यात प्रतिनिधि उसे अपनी बैंक को रुपया वसूल करने के लिए दे देगा। बीजक के मिलने पर साहित्य भवन का मैनेजर इसको अपने भेजे हुए इंडेण्ट से पुस्तकों के नाम संख्या तथा मूल्य के सम्बन्ध में मिलावेगा।

(३) जहाजी कागज पत्रों की प्राप्ति—जब साहित्य भवन के मैनेजर को बैंक से यह सूचना मिलेगी कि कागज-पत्र आगये हैं, तो वह प्रेषक के निर्देशानुसार बिल का भुगतान कर देगा (यदि वह डी/पी बिल है), और तत्पश्चात् माल के अधिकार सम्बन्धी कागज-पत्र—जहाजी रसीद (बी०/एल०) बीमा की रसीद आदि अपने अधिकार में कर लेगा।

(४) निकासी प्रतिनिधि को आदेश—अब माल को बम्बई के बन्दरगाह से उतरवाने के लिये साहित्य भवन एक निकासी प्रतिनिधि (Clearing Agent) नियुक्त करेंगे और अधिकार-सम्बन्धी सम्पूर्ण कागज-पत्रों को एक आदेश-पत्र के साथ भेज देंगे। माल के उतारने की सेवा के लिये निकासी प्रतिनिधि को कुछ कमीशन देना होता है।

(५) जहाजी कम्पनी की अनुमति—आदेश-पत्र पाने के पश्चात् निकासी प्रतिनिधि उस जहाज के आने पर जहाजी दफ्तर में जाकर भाड़ा आदि चुका कर (यदि चुकाना है) जहाजी बिल्टी पर जहाजी कम्पनी से अनुमति सूचक हस्ताक्षर करा लेगा। यदि जहाजी बिल्टी के आने में देर हुई तो निकासी प्रतिनिधि को चाहिए कि एक गारन्टी फार्म (Guarantee Form) भर दे, जिसमें कि यह घोषणा करनी पड़ती है कि उसको माल पाने का उचित अधिकार है और यदि जहाजी कम्पनी को किसी प्रकार की भी हानि हुई तो वह (निकासी प्रतिनिधि) उसका दायी होगा। ऐसी परिस्थिति में जहाजी कम्पनी एक निकासी चालान बनाती है, जिसको उपस्थित करने पर निकासी प्रतिनिधि जहाज से माल छुड़ा सकता है। यहाँ पर यह बात ध्यान देने योग्य

है कि जब जहाजी बिल्टी आ जाय तब निकासी प्रतिनिधि को चाहिए कि बिल्टी जहाजी कम्पनी को देकर गारन्टी फॉर्म वापस ले ले।

(६) आयात-कर—माल को छुडाने से पहले निकासी प्रतिनिधि को कर-गृह (Custom House) जाना होगा और कर-चालान के फार्म की तीन प्रतियाँ बनानी पड़ेंगी। कर-चालान फार्म तीन प्रकार के होते हैं—एक तो कर लगने वाले, दूसरे न लगने वाले और तीसरे पुन बाहर जाने वाले माल के लिये। यह तीनो प्रकार के कर-चालान फॉर्म भिन्न-भिन्न प्रकार के रंगीन कागज अथवा स्याहियों मे छपे होते हैं। कर-गृह से उचित फार्म लेकर उसमे निम्नांकित विवरण सुन्दरता से भर देना चाहिए—जहाज का नाम, बन्दरगाह का नाम जहाँ से माल आया है, माल मगाने वाले का नाम और उसका पता, पेटियाँ अथवा बंडलो की सख्या और माल का संक्षिप्त विवरण। इस फॉर्म के पाने के बाद कर-गृह के अधिकारी उसमे दिये हुए विवरण को जहाजी कम्पनी द्वारा दिये गए माल के विवरण से मिलाते हैं और फिर यह निश्चय करते हैं कि माल पर कितना आयात-कर लिया जाय। कर का भुगतान कर देने पर अधिकारी फार्म की एक प्रति अपने पास रख लेंगे और, शेप दो प्रतियाँ निकासी प्रतिनिधि को दे देंगे।

(७) डॉक-व्यय (Dock Charges)—आयात कर देने के पश्चात् निकासी प्रतिनिधि को चाहिए कि डॉक व्यय अदा करदे। इसके लिये उसे डॉक चालान की दो प्रतियाँ भरनी पडेगी। इनके उपस्थित करने पर डॉक अधिकारी अपना चार्ज वसूल कर लेंगे और फिर निकासी प्रतिनिधि को चालान की एक प्रति लौटा देंगे। यह कार्य भी महत्वपूर्ण है, क्योकि डॉक व्यय अदा किये बिना माल अधिकार मे नहो आ सकता।

(८) माल की निकासी—डाक चार्जेज अदा करने के बाद निकासी प्रतिनिधि माल के निकट जावेगा और जहाजी कम्पनी का अनुमति पत्र, जहाजी बिल, कर चालान और डाक चालान आदि कागज-पत्रो को उपस्थित करेगा और फिर डाक अधिकारियो से माल ले जाने की अनुमति मिल जायगी। यहाँ पर यह कहना अनावश्यक न होगा कि यदि चुगी के निरीक्षक चाहे तो माल निकालने के पूर्व पेटियो को खुलवा सकते हैं। इसके बाद जहाँ तक हो सके शीघ्र से शीघ्र माल को बन्दरगाह से हटवा लेना चाहिए, नहो तो देरी होने से दण्ड स्वरूप हर्जाना देना पडता है।

(९) माल का बंधक गोदाम मे रखना—जैसा हम ऊपर कह चुके हैं कि यदि आयातकर्ता कर तुरन्त अदा नही कर सकता तो अदा करने के समय तक माल को प्रमाणित अथवा प्रतिबन्धित गोदाम में रखना होगा। गोदाम मे माल के आ जाने पर गोदाम वाला एक रसीद देगा जिसे डॉक वारण्ट (Dock warrant) कहते हैं। इस रसीद पर टिकट लगा होता है और इसका हस्तान्तरण सुपुर्दगी और पृष्ठाकना द्वारा किया जा सकता है। डॉक वारेण्ट देने पर माल की सुपुर्दगी कर दी जाती है।

(१०) **माल का भेजना**—अब निकासी प्रतिनिधि माल को रेल मे लदवा कर साहित्य भवन के पास आगरा भेज देगा और उनको इस बात की सूचना दे देगा कि माल रेल द्वारा आगरा रवाना कर दिया गया है। सूचना के साथ वह रेल को रसीद, डॉक की रसीद और माल के निकासी सम्बन्धी अपने खर्चों का बिल भेज देगा।

(११) **रेल से माल छुड़ाना**—रेल की रसीद मिल जाने पर साहित्य भवन, आगरा रेल्वे स्टेशन से माल की सुपुर्दगी ले लेंगे और वहाँ से उचित सवारी मे माल भर कर अपनी दुकान तक ले आवेंगे।

अभ्यास के प्रश्न

१ विदेशो से माल मंगाने के लिये आपको जो विभिन्न कार्य करने होगे, उन पर सक्षेप मे प्रकाश डालिये और यह भी बताइये कि इस सम्बन्ध मे कौन-कौन से महत्वपूर्ण उल्लेख भरने भराने होगे।

माल ले जाने वाले जहाज का नाम लिखा रहता है और अग्रिम आज्ञा-पत्र वह है जिसमे जहाज का नाम नही लिखा होता। अग्रिम आज्ञा-पत्र मे वह तारीख लिखी होती है जिसके भीतर माल बन्दरगाह से रवाना कर दिया जायगा। जहाजी आज्ञा-पत्र के मिल जाने पर माल का भेजना आवश्यक हो जाता है और यदि माल न भेजा जाय तो जहाजी कम्पनी किराया वापस नहीं करेगी। ऐसे किराये को, जो बिना माल भेजे देना पड़ता है, मृत किराया (Dead freight) कहते हैं।

(७) निर्यात कर—जहाज की पूर्ण व्यवस्था हो जाने पर प्रेषक प्रतिनिधि को चाहिए कि समस्त निर्यात-कर का भुगतान करदे। इस कार्य के लिये उनको विदेशी चुंगी-गृह के चालान की तीन प्रतियाँ भरनी पड़ेगी, जो विभिन्न रगो में छपी रहती हैं। चालान की एक प्रति चुंगी-गृह मे रह जाती है और शेष दो प्रेषक प्रतिनिधि को दे दी जाती हैं। यहाँ पर यह जानना आवश्यक है कि चुंगी-गृह के चालान या जहाजी बिल तीन प्रकार के होते हैं—मुक्त, कर-देय एव तटीय। जिस माल पर कर नही लगता उसे मुक्त, और जिस पर कर लगता है उसे कर-देय, और जो माल देश के एक बन्दरगाह पर भेजा जाता है उसे तटीय कहते हैं और इन तीनो प्रकार के मालो के लिए अलग-अलग प्रकार के चालान काम मे आते हैं।

(८) डॉक चालान (Dock Challan)—चुंगी चालान पाने के पश्चात् डॉक के अधिकारियों से भी अनुमति पाना अति आवश्यक हो जाता है, क्योंकि अनुमति के बिना माल डॉक पर नहीं ले जाया जा सकता। माल को जहाज पर लादने के लिये अधिकारी कुछ चार्ज करते हैं। इस कार्य के लिये दो प्रतियों में डॉक का चालान भरना होता है। डॉक का व्यय अदा करने पर डॉक का अधिकारी चालान की एक प्रति प्रेषक प्रतिनिधि को लौटा देगा। प्रेषक प्रतिनिधि को जहाजी व चुंगी चालान की एक-एक प्रति भी डॉक के अधिकारियो को देनी होगी।

(९) माल का लादना—डॉक चालान की प्रतिलिपि उपस्थित करने पर प्रेषक प्रतिनिधि को माल लादने का अधिकार मिल जाता है। डॉक पर चुंगी-गृह के जाँच करने वाले अधिकारी रहते हैं जो कि इस बात की जाँच करते हैं कि जहाज मे वही माल लादा जावे, जिस पर निर्यात-कर अदा कर दिया गया है और जिसका वर्णन जहाजी बिल मे है। बन्दरगाह पर जहाज के कप्तान को जहाजी आज्ञा-पत्र दिखाना भी अत्यन्त आवश्यक है।

(१०) कप्तान अथवा मेट्स की रसीद (Mates Receipt)—जहाज मे माल के लद जाने के पश्चात् प्रेषक प्रतिनिधि को जहाज के कप्तान की ओर से एक रसीद दे दी जायगी, जिसको मेट रसीद कहते हैं, और यह लादे हुये माल की प्राप्ति स्वीकृति के रूप मे होती है। यह दो प्रकार की होती है—दोष रहित (Clean) और दूषित (Foul)। अगर पैकिंग सतोषजनक होता है तब तो दोष रहित रसीद दी जाती है और यदि असन्तोषजनक है तो दूषित।

(११) जहाजी बिल्टी—कप्तान को रसीद पाने के पश्चात् प्रेषक प्रतिनिधि पुन जहाजी कम्पनी के दफ्तर मे जावेगा। वहाँ जहाजी बिल्टी (Bill of Lading or B/L) का फार्म भरके कप्तान की रसीद के साथ तथा चार आने का टिकट लगाकर दे देनी चाहिये। यदि किराया पेशगी देना है, तो प्रेषक प्रतिनिधि को चाहिए कि उसको अदा कर दे। साधारणत जहाजी बिल्टी की तीन या चार प्रतियाँ ली जाती हैं। जहाजी बिल्टी मे निर्यातकर्त्ता का नाम, स्थान व दिन, अभीष्ट बन्दरगाह, जहाज और उसके कप्तान का नाम, माल का पूर्ण-विवरण, किराया आदि के अतिरिक्त माल के ले जाने की सब शर्तें छपी होती हैं। जहाजी बिल्टी एक प्रतिज्ञा-पत्र का काम करती है और आयातकर्त्ता को माल का अधिकार इसी के आधार पर मिलता है। कप्तान की रसीद मे पैकिंग-सम्बन्धी जो बातें लिखी होती हैं उनकी भी एक नकल जहाजी बिल्टी पर करदी जाती है। यदि कोई प्रेषक प्रतिनिधि दूषित रसीद के बदले मे अच्छी जहाजी बिल्टी चाहे तो उसे क्षति-पूर्ति का बन्धक पत्र (Indemnity Bond) भरना होगा।

(१२) चार्टर पार्टी—जैसा हम पीछे कह चुके हैं कि यदि अधिक मात्रा मे माल भेजना होता है, तो सम्पूर्ण जहाज को किराये पर कर लिया जाता है और ऐसी दशा मे पूरे जहाज के ठेके के लिये जो प्रतिज्ञा-पत्र देना होता है, उसे चार्टर पार्टी कहते हैं।

(१३) सामुद्रिक आगोप (Marine Insurance)—जहाजी बिल्टी मिल जाने के बाद प्रेषक प्रतिनिधि को माल का बीमा कराने की व्यवस्था करनी चाहिए। बीमा का कार्य वह या तो स्वय किसी बीमा कम्पनी से बात करके या किसी बीमे के दलाल द्वारा कर सकता है। बीमा कम्पनी जहाजी बिल्टी देखकर उचित कार्यवाही कर देगी और आवश्यक प्रीमियम लेकर सामुद्रिक बीमा-पत्र दे देगी। यहाँ यह जानना आवश्यक है कि प्रेषक प्रतिनिधि को माल के मूल्य मे १०% अधिक जोडकर जो रकम आवे उसका बीमा करना चाहिए।

(१४) प्रेषक प्रतिनिधि की सूचना—इन सब कार्यवाही के पश्चात् प्रेषक प्रतिनिधि एक लेखा बनायेगा, जिसमे उसके सब खर्चों और कमीशन का विवरण होगा। फिर वह उस लेखे को जहाजी चालान बीमे की रसीद आदि कागज-पत्रो के साथ नत्थी करके नरेश योगेश एण्ड ब्रादर्स फतेहगढ को डाक द्वारा भेज देगा, जो उसके बिल का भुगतान कर देंगे।

(१५) निर्यात बीजक—प्रेषक प्रतिनिधि की सूचना पाने के पश्चात् निर्यात-कर्त्ता भेजे गये माल का एक बीजक तैयार करेंगे। साधारणत बीजक की दो-तीन प्रतियाँ तैयार की जाती हैं। यदि माल अमेरिकन देशो मे किसी देश को भेजा जाता तो व्यापार-दूत से प्रमाणित बीजक की आवश्यकता पडती है। व्यापार-दूत वह अफसर होता है, जो अपने देश के व्यापारिक हितो की रक्षा करता है। उसके द्वारा प्रमाणित बीजक बनवाने के लिए ही बीजक के ३ फार्म मँगाने पड़ते हैं, जिनमे कि माल का

पूर्ण विवरण देना पड़ता है और वहाँ के अधिकारियों के सामने यह घोषणा करनी पड़ती है कि उसके सारे कथन सच है। ऐसी घोषणा के बाद ही व्यापार-दूत उन पर अपने हस्ताक्षर कर देता है और बीजक की दो प्रतियाँ अपने पास रखकर शेष एक प्रति निर्यातकर्त्ता को दे देता है। ऐसे बीजक को व्यापार-दूत द्वारा प्रमाणित बीजक (Consular Invoice) कहते हैं। यदि कोई देश ब्रिटिश साम्राज्य में होता तो चुङ्गी में कमी कराने के लिये मूल्य-स्थान का प्रमाण पत्र (Certificate of Origin) भी भेजना पड़ता है। इसका वर्णन हम पीछे दे चुके हैं। पेरिस को माल भेजने में न तो व्यापार-दूत द्वारा प्रमाणित बीजक की आवश्यकता पड़ेगी और न उद्गम के प्रमाण-पत्र की ही।

(१६) भुगतान—इसकी विधि दोनों पक्षों के मध्य समझौते पर निर्भर होती है। यदि भुगतान डी/पी बिल के द्वारा होना है, तो माल भेजने वाले पेरिस की फर्म पर एक बिल लिखेंगे और इसके साथ माल के अधिकार सम्बन्धी सारे कागज-पत्र नत्थी कर देंगे, और फिर उस बिल को इस आदेश के सहित किसी विनिमय बैंक को दे देंगे कि इसका भुगतान हो जाने के बाद ही कागज पत्रों को मुक्त करें। इस आदेश के अनुसार ही बैंक की विदेशी शाखा आवश्यक रकम मिलने पर कागज-पत्र आयातकर्त्ता को दे देगी, जब भारतीय बैंक को इस बात की सूचना मिलेगी, तब वह नरेश योगेश एण्ड ब्रादर्स, फतेहगढ़ के नाम उतना रुपया जमा कर देगी।

(१७) क्रेता को सूचना—माल भेजने वाला बैंक को कागज-पत्र सौंपने के साथ-साथ तुरन्त विलियम एण्ड कम्पनी पेरिस को इस बात की सूचना दे देगा कि माल रवाना कर दिया है और अधिकार-सम्बन्धी कागज-पत्र अमुक बैंक के द्वारा भेजे जा रहे हैं। सूचना-पत्र के साथ बीजक की एक प्रति भी भेज दी जाती है। इस पत्र को पाते ही विलियम एण्ड कम्पनी पेरिस अधिकार-सम्बन्धी कागज-पत्रों को बैंक से लेने की व्यवस्था करेंगे।

अभ्यास के प्रश्न

१ एक भारतीय क्रेता कुछ मशीनों के लिये अमेरिका की एक फर्म को आर्डर देता है। इस कार्य की विभिन्न अवस्थाओं का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

२ आगरा के एक व्यापारी ने जूतों का एक आर्डर रूस से प्राप्त किया है। विस्तार से बताइये कि इस निर्यात के लिए क्या कार्यवाही की जावेगी ?

१२.

विदेशी बीजक बनाने की विधि
(Preparation of Foreign Invoice)

विदेशी बीजक बनाने की विधि के विषय मे नीचे लिखी बातें ध्यान देने योग्य है —

किराये की गणना (Calculation of Freight)

जहाजी किराए की गणना के दो ढंग हैं—(१) तौल के आधार पर और (२) आकार के आधार पर। तौल के आधार पर जहाजी किराया निकालने मे कोई विशेष कठिनाई नही होती है। २२४० पौंड का साधारण टन होता है।

जिन वस्तुओ की तौल कम होती है और जो स्थान अधिक घेरती है, उनका किराया उनके आकार के आधार पर निकाला जाता है। इसमे भी किराये की दर प्रति टन ही जोडी जाती है और यह टन एक निश्चित आकार के बराबर माना जाता है। साधारणत ४० घन फीट को एक टन के बराबर मानते हैं।

उदाहरण

A exports 10 cases containing artificial silk each measuring 6'×5'×4' Freight is to be charged @ 10 s per ton (of 40 cubic feet) Find out the freight

Solution

∵ The volume of 1 case is $6' \times 5' \times 4' = 120$ cu ft.

,, 10 ,, $= 120 \times 10 = 1200$ cu ft

40 cu ft = 1 Ton

$$1200 \quad ,, \quad ,, = \frac{1200}{40} = 30 \text{ Tons}$$

1 Ton's freight = 10 s

30 ,, ,, $= 10 \times 30 = 300$ s

$= £\ 15/-/-$

प्रतिरिक्त शुल्क (Primage)—ऐसी प्रथा है कि जहाजी कम्पनी वास्तविक किराये मे १०% और जोड देती है। इसको प्रतिरिक्त किराया या Primage कहते है। प्रारम्भ मे Primage जहाज के कप्तान को माल की लदाई-उतराई आदि का काम

देखने के लिए दिया जाता था, किन्तु अब जहाजी कम्पनियाँ कप्तानों को पूरा वेतन देती हैं फिर भी Primage की यह प्रथा अभी चालू है। साधारणतः Primage १०% लगाया जाता है और यह किराये का हिसाब लगा कर उसी में जोड़ दिया जाता है।

आगोप (Insurance)—जहाज से भेजे हुए सामान का बीमा कराना उचित ही होता है। बीजक की राशि में १०% या १५% लाभ के रूप में जोड़कर कुल राशि का बीमा कराया जाता है। बीमे के प्रीमियम की गणना करते समय १/२' शि० या १/२ रु० से कम की रकम को नहीं जोड़ते और उसके ऊपर होने पर पूरा पौण्ड या रुपया मान लिया जाता है। उदाहरण के लिए रुपये ३,४४५ १५ को रु० ३,४४५/-/- के बराबर माना जायगा किन्तु रु० ३,४४५ ८० को रु० ३,४४६/-/- माना जायेगा।

मूल्य की गणना—मूल्य के सम्बन्ध में केवल इतना ही कहना पर्याप्त है कि जिस प्रकार का मूल्य सूचित किया गया हो उसे अन्तर्गत व्ययों का ठीक-ठीक हिसाब निकालते हुए लिखते हैं और बाद के खर्चे बीजक में पृथक रूप से दिखलाये जाते हैं। निम्नलिखित उदाहरणों से बीजक बनाने की विधि और स्पष्ट हो जाएगी।

विदेशी बीजक के उदाहरण (Illustrations of Foreign Invoices)

कल्पना कीजिये कि निम्नलिखित विवरण के अनुसार बीजक तैयार करना है—

On 23rd May 1961, M/s Pandey & Bros, Nagpur, shipped the following goods per 'Jal Usha' to Messrs Parkinson & Bros, Paris—

50 Bags of Sugar Market [P & B / Paris] each containing 2 mds at the rate of Rs 50/- per md The charges in connection with the ship were

Packing 50 per bag, Carriage to Port Rs 12/-, Docks charges Rs. 8/-, Bill of Lading etc Rs 2/-, Freight Rs 25 per md plus 10% primage, Insurance on Rs 5,500/- @ Rs 25%, Commission 5% Please prepare (1) Loco Invoice, (2) F O B Invoices (3) C & F Invoice and (4) C I F Invoice

स्थानीय बीजक (Local Invoice)—यदि माल स्थानीय मूल्य पर बेचा गया है, तो बीजक में वही मूल्य लिखा जायगा जोकि प्रश्न में दिया गया है और अन्य सारे खर्चे अलग दिखलाये जायेंगे। कमीशन माल के मूल्य तथा सब खर्चों की सम्मिलित राशि पर निकाला जायगा। स्थानीय मूल्य का एक उदाहरण इस प्रकार है :—

स्थानीय बीजक (Loco Invoice)

Invoice of fifty bags of sugar
Shipped by the undersigned per 'Jal Usha'
From Nagpur to Paris
By order and for account and risk of
Messrs Parkinson & Bros Paris

Indent No 1008

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P & B Paris	50 Bags of Sugar, each containing 2 mds. = 100 Mds.	50/- a md		–	5,000	
	Add charges —					
	Packing of 50 Bags	50 a Bag	25	—		
	Carriage to Port		12	—		
	Dock charges		8	—		
	B/L etc		2	—		
	Freight	25 a md	25	—		
	+10% Primage		2	50		
	Marine Insurance	25 %	13	12		
					87	62
					5,087	62
	Commission	5%			254	38
					5,342	—

E & O E
Nagpur,
May 23, 1961

Pandey & Bros

(२) **F. O. B.** बीजक तैयार करने के लिए सर्वप्रथम F O B. मूल्य ज्ञात करना चाहिए। इस मूल्य मे किराये और प्रीमियम की राशि शामिल नही होती, वह व्यय के शीर्षक के अन्दर पृथक रूप से दिखलाई जाती है। उक्त उदाहरण मे F O B Price यह होगी —

50 Bags of Sugar each containing 2 mds. @ Rs 50 per bag		5,000/-
Add —		
Packing charges of 50 Bags @ Rs 50 a bag	25/-	
Carriage to Port	12/-	
Dock charges	8/-	
B L etc	2/-	47/-
Cost of goods on board Rs 5,047/-		

F O B Price per maund=Rs 5,047-100
=Rs 50 47/-

F O B Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Messrs Parkinson & Bros Paris

Indent No 1008

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P & B / Paris	50 Bags of Sugar each containing 2 mds=100 mds F O B Nagpur	Rs 50 47 per m			5,047	—
	Add charges —					
	Freight	25 a md,	25	—		
	+10% Primage		2	50		
	Marine Insurance on Rs 5,500/—	25%	13	12	40	62
					5,087	62
	Commission	5%			254	38
					5,342	—

E & O E
Nagpur
May 23, 1961

Pandey & Bros

(३) C. & F. बीजक तैयार करने के लिए सर्वप्रथम C & F मूल्य ज्ञात होना चाहिए। इस मूल्य मे केवल बीमे के प्रीमियम की राशि ही सम्मिलित नही होती और वह ही अलग से दिखलाई जाती है। अत उदाहरण मे C & F. मूल्य इस प्रकार होगा —

Price of goods on board	Rs 5,047 00
Add Freight	27 50
	Total Rs 5,074 50

C & F Price per maund=Rs 5,074 50-100=Rs 50 745

C & F Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Messrs Parkinson & Bros Paris

Indent No 1008

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P & B Paris	50 Bags of Sugar each containing 2 mds = 100 md C & F Nagpur	Rs 50 745 per md			5,074	50
	Add :— Marine Insurance on Rs 5,500	25%			13	12
					5,087	62
	Commission	5%			254	38
					5,342	—

E & O E

Nagpur — Pandey & Bros

May 23, 1961

(४) C I F. बीजक मे सम्पूर्ण खर्चे शामिल होते है, केवल कमीशन की ही राशि अलग से दिखलाई जाती है। उपर्युक्त उदाहरण मे C I F मूल्य इस प्रकार होगा —

C & F Price	Rs 5,074 50
Add Insurance	Rs 13 12
	Total 5,087 62

∙ C I F. Price per maund = Rs 5,087 62 − 100 = Rs 50 87

C I F Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Messrs Parkinson & Bros Paris

Indent No 1008

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P&B	50 Bags of Sugar each containing 2 mds = 100 mds,	Rs 50 876 per m			5,087	62
	Commission	5%			254	38
					5 342	—

E & O E
Nagpur
May 23, 1961

Pandey & Bros

(५) **Franko** बीजक के तैयार करने मे माल मंगाने वाले के दरवाजे तक जितना खर्चा होगा, वह इस मूल्य मे शामिल होगा। इसके निकालने के लिये C I F मूल्य मे निम्नलिखित खर्चे जोडना चाहिये—लोहावरे मे लगने वाला आयात कर, डाक का खर्चा, लोहावरे स्टेशन तक ढुलाई का व्यय, पेरिस तक रेल किराया और पेरिस स्टेशन से आयातकर्त्ता के गोदाम तक माल की ढुलाई। Franco मूल्य मे कमीशन भी सम्मिलित रहता है। उक्त उदाहरण मे Franco मूल्य इस प्रकार होगा:—

	£ s d
C I F Price=Rs 5,087 62 which is equal to @ Rs 1=1s-6d £	381—11—5
Add charges	
Import duty	30—0—0
Dock Gharges	0—12—0
Cartage	0—10—0
Railway Freight	15—0—0
Octroi Duty	0—10—0
Cartage	3—10—0
Total £	428—18—5
Commissiont2%	21—8—11
Total £	450—7—4

Franco Price per md =£ 450/7/4+100—£ 4—10—1

Franco Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Parkinson and Bros , Paris

Indent No. 1008

Mark	Particulars	@	Amount £	s	d	Amount £	s	d
P & B Paris	50 Bags of Sugar each containing 2 mds=100 mds Franco Paris	£4/10/1d per md				450	8	4
						450	8	4

E & O E
Nagpur
May 23, 1961

Pandey & Bros

अभ्यास के प्रश्न

१ १ सितम्बर १९५७ को बम्बई के श्री मुरारजी गोकुलदास ने केपटाउन के श्री सिडनी वेब प्रमएडल को निम्न वस्तुएँ "लाइट ऑफ एशिया" जहाज द्वारा भेजीं

कपड़े की २० गांठ चिन्ह [S / W. Co / Capetown 1/20] प्रत्येक गांठ मे ६० थान और प्रत्येक थान मे १२ गज सूती कपड़ा, मूल्य १ रु० ८ आने प्रति गज के हिसाब से।

माल भेजने मे निम्न व्यय हुए—सवेष्टन व्यय २ रु० १० आना प्रति गाँठ, वाहन व्यय ६० रु०, नौस्थात्र शुल्क ४२ रु० ४ आना, नौभाटक २५ रु० प्रति टन (४० घ फु का), अधिनौभाटक १०%, प्रत्येक गाँठ का नाप ४८"×४२"×३०" है। सामुद्रिक आगोप १६४ रु० वर्तन ५%।

ऊपर दी गई जानकारी से एक विदेशी बीजक तैयार कीजिये।

२ १ जून १९५८ को मेसर्स डी सक्सेना कलकत्ता वालो ने न्यूयार्क के मेसर्स जान रिचार्डस को नीचे लिखा माल "जलउषा" जहाज द्वारा भेजा—

२५ पेटियाँ जिन पर [J / R Co / New York] 1/25 निशान हैं।

और प्रत्येक पेटी मे १०० पौं० चाय जिसकी कीमत २ रु० ५० नये पैसे प्रति पौ० है।

माल भेजने पर निम्न व्यय हुआ —

सवेष्टन व्यय ६५ रु०, वाहन व्यय ५७ रु० ५० न पै, संयान भाटक १२ रु० ५० नये पैसे, नौवहन पत्र ५ रु० नौभाटक १६ रु० प्रति टन (५० घ फु का), अधिनौभाटक १०%।

प्रत्येक पेटी का माप ६०"×३०"×२४ इंच है। सामुद्रिक मागोप १२५ रु० वर्तन ५%।

उपरोक्त मानकारी के F O B बीजक तैयार कीजिये।

3 The International Textile Supplies Syndicate, Ltd Bombay shipped to Messrs Black and White Co, Ltd, Aden, the following goods per S S "Jalakanta" on 22 February 1960 —

20 bales of cloth, each containing 50 pieces of cloth, each piece of 12 yards @ Rs 1 75 per yard The size of each bale was 48"×42"×30" and each bale was marked

as [B W / Co]

Aden 1/20

The exporter incurred the following expenses

Packing charges Rs 3 50 per bale, Cartage Rs 42/–, Export duty 2½% on the value of cloth, Dock charges Rs 20 50, Bill of Lading Rs 1 50, Freight Rs 20/– por ton (40 C F), Primage 10%, Marine Insurance Rs 150/–, Commission 6¼%

Prepare a loco invoice

4 Messrs Herbertson & Co, Liverpool had despatched the following goods on 15th Dec 1958, by S S 'Jal Bharat' to Messrs Farbes, Campbell Co, Bombay as per their order

Each box contains 500 glasses priced at 6 d each.
For exporting the goods, expenditure incurred is as follows
Packing charges per box 5 d
Carriage to port per box 1 s 6 d
Export duty £ 31 s 5,
Dock charges 12 s 6 d.
Bill of lading 17 s 6 d
Freight charges, 255 per ton of 40 cubic feet
Primage, 10%,
Measurement of each box is 48"×48"×42"

Marine Insurance on £ 900 at the rate of 5 s per cent,
Commission 6¼%

Prepare C. F. Invoice from the particulars stated above.

१३.

विनिमय साध्य लेखपत्र बिल

(Negotiable Instruments—Bill of Exchange)

विनिमय साध्य पत्र का अर्थ

विनिमय साध्य पत्र ऐसे लिखित पत्रो को कहते हैं जिनका स्वामित्व एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को केवल सुपुर्दगी देने या बेचान लिखकर सुपुर्दगी देने से हस्तातरित हो जाता है। विनिमय साध्य पत्रो की अन्य पत्रो की तुलना मे, जो कि विनिमय साध्य नही हैं, निम्नलिखित विशेषताये हैं —

(१) विनिमय साध्य पत्रो का अधिकार तो केवल हस्तान्तर द्वारा या बेचान लेख और हस्तातर द्वारा एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को चला जाता है। परन्तु अविनिमय साध्य पत्रो का अधिकार दूसरे व्यक्ति को तब ही मिलेगा जब कि आवश्यक ढंग से कानूनी शर्तों के अनुसार हम उन्हे दूसरे को देंगे।

(२) विनिमय साध्य पत्र के स्वामी के लिए यह आवश्यक नही है कि पत्र जब हस्तातर द्वारा उसके अधिकार मे आवे वह देनदारो को इसकी सूचना दे दे। यदि देनदार रुपया नही चुकाये तो वह उस पर अपने नाम से मुकद्दमा चला सकता है परन्तु अविनिमय साध्य पत्रो के बारे मे ऐसा नही है। अविनिमय साध्य पत्र के पाने वाले को इसकी सूचना देनदार को देनी पडेगी नही तो वह अपने नाम से देनदार पर मुकद्दमा न चला सकेगा।

(३) विनिमय साध्य पत्रों के बारे मे कानून यह मानकर चलता है कि विनिमय साध्य पत्र के स्वामी ने उसे उचित बदला देकर प्राप्त किया था। यदि कोई व्यक्ति इस विषय मे शका करता है तो इसका प्रतिकूल सिद्ध करने का भार उस पर ही होगा। विनिमय साध्य पत्र के स्वामी पर नही, किन्तु अविनियम साध्य पत्रो के बारे मे यह मानकर नही चला जाता। इनके लिए तो पत्र के स्वामी को ही यह सिद्ध करना पडेगा कि उसने पत्र उचित बदला देकर प्राप्त किया था।

(४) विनिमय साध्य पत्रो को हस्तातरित करने वाले के अधिकार मे यदि कोई दोष हो तो उसका पत्र के नियमानुकूल अधिकारी के अधिकार पर प्रभाव नही पडता। किन्तु अविनिमय साध्य पत्रो के बारे मे ऐसा नही है। यदि हस्तातर करने वाले के अधिकार मे दोष है तो यथाविधिधारी का अधिकार भी दूषित हो जाता है। जैसे यदि देने वाला चोर है तो विनिमय साध्य पत्र का यथाविधिधारी चोर नही माना जावेगा परन्तु अविनिमय साध्य पत्र के नियमानुकूल अधिकारी पर लाछन अवश्य आवेगा।

विनिमय साध्य पत्र का धारी

विनिमय साध्य पत्र का धारी (**Holder**) या रखने वाला वह व्यक्ति है जिसे पत्र को आपके नाम मे अपने पास रखने का अधिकार है और जो अपने नाम मे ही उसका रुपया वसूल कर सकता है। इस प्रकार धारी होने के लिये दो गुण होने आवश्यक हैं —(१) पत्र को अपने नाम मे रखने का अधिकार, चाहे वास्तव मे यह अधिकार मे हो या न हो। जैसे, पत्र चाहे एजेन्ट के पास हो परन्तु उसे अपने नाम मे रखने का अधिकार प्रधान को होता है अत इस दृष्टि मे एजेन्ट धारी नही है प्रधान धारी है। (२) वह अपने नाम से धन वसूल करने का अधिकारी हो, जैसे—एक चोर अपने नाम से धन वसूल करने का अधिकारी नहीं है अत उसे धारी नही कहेंगे।

यथाविधिधारी

यथाविधिधारी (Holder in due course) उस व्यक्ति को कहेंगे जो विनिमय साध्य पत्र को —

(अ) ठीक रूप मे (अर्थात् पत्र मे सारी लिखा-पढ़ी पूर्ण है),
(आ) भुगतान के लिये निश्चित दिन के पूर्व,
(इ) अच्छी नीयत के साथ (अर्थात् उसे इस बात का यकीन रहा हो कि देने वाला ही पत्र का वास्तविक अधिकारी है) और
(ई) किसी मूल्य के बदले, प्राप्त करे।

मूल्यार्थधारी (**Holder for Value**) मूल्यार्थधारी वह व्यक्ति है जो किसी विनिमय साध्य पत्र का स्वामी तो है पर जिसने स्वय उसका मूल्य नही दिया है। हाँ, किसी दूसरे ने उस पर मूल्य चुका दिया है। उदाहरण के लिये, राम ने उधार बेचे गये माल की रकम के लिये श्याम पर एक बिल लिखा, जिसे वह मोहन को दान कर देता है। मोहन बिल का मूल्यार्थधारी है जबकि राम उसका यथाविधिधारी।

मूल्यार्थधारी एवं नियमानुकूलधारी मे अन्तर

मूल्यार्थधारी	नियमानुकूलधारी
(१) इसने पत्र का मूल्य स्वय नही दिया।	(१) यह पत्र को मूल्य देकर पाता है।
(२) इसे अपने हस्तातरक की अपेक्षा श्रेष्ठ अधिकार प्राप्त नही होता।	(२) यह अपने हस्तातरक की अपेक्षा श्रेष्ठ अधिकार प्राप्त करता है।
(३) यह अपने हस्तातरक (दानदाता) के विरुद्ध दावा नही कर सकता।	(३) यह अपने हस्तातरक के विरुद्ध दावा कर सकता है।

यह याद रखने की बात है कि यदि दातदाता का अधिकार दूषित न हो तो मूल्यार्थधारी अपने अन्य बेचानकर्ताओं के लिये यथाविधिधारी ही समझा जाता है।

विनिमय साध्य पत्रों के भेद—विनिमय साध्य पत्रो को हम दो वर्गों मे बाँट सकते हैं—एक तो वे जिन्हें कानून ने विनिमय साध्य पत्र मान लिया है, जैसे चैक, बिल आफ एक्सचेन्ज एवं प्रामिसरी नोट। हुण्डी को भी इस वर्ग मे शामिल किया जा सकता है, क्योंकि हुण्डी व्यावहारिक दृष्टि से बिल ऑफ एक्सचेन्ज ही है। हाँ, जोखिम हुण्डी इस वर्ग मे नही आती। दूसरे, वे विनिमय साध्य पत्र हैं जिन्हे व्यापारियों के बीच प्रचलित चलन के अनुसार अदालत से कानूनी स्वीकृति मिल गई है, जैसे स्टाक, शेयर और डिबेन्चर।

उपरोक्त के अतिरिक्त ऐसे भी पत्र होते हैं जो केवल बाहरी रूप मे विनिमय साध्य पत्र हैं, जैसे जहाजी बिल्टी, डॉक वारण्ट, रेल्वे रसीद आदि। इनका अधिकार बेचान द्वारा एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को दिया जा सकता है। परन्तु ये विनिमय साध्य पत्रों के द्वारा एक अत्यन्त महत्वपूर्ण लक्षण से वंचित है। यदि इनके हस्तांतर करने वाले का अधिकार दोषपूर्ण हो, तो इनके नियमानुकूल अधिकारी का अधिकार दूषित हो जाता है।

विनिमय साध्य पत्र मे परिवर्तन करना—यदि किसी विनिमय साध्य पत्र मे पूर्व पक्षकारों की सहमति के बिना वर्तमान धारी कोई महत्वपूर्ण परिवर्तन कर दे तो वे सब उसके प्रति अपने दायित्व से मुक्त हो जाते हैं। हाँ, यदि परिवर्तन सबके सामान्य उद्देश्य को पूरा करने के लिए किया गया था तो बात दूसरी है। निम्नलिखित परिवर्तन महत्वपूर्ण माने जाते हैं :—

(१) अवधि घटाने या बढाने के इरादे से तारीख बदलना ;
(२) देय धन बदलना ,
(३) उस अवधि को बदलना जिसके लिए पत्र लिखा गया है ;
(४) किसी नए पक्षकार को पत्र में शामिल करना ,
(५) ब्याज की दर बदलना ,
(६) भुगतान का स्थान बदलना ;

निम्नलिखित परिवर्तन महत्वपूर्ण नही माने जाते, अत उनसे विनिमय साध्य पत्र दूषित नहीं होता —

(१) किसी अधिकारी पक्षकार द्वारा आदेशानुसार पत्र को वाहक पत्र मे बदलना ,
(२) गलती को सुधारने के लिए किया गया परिवर्तन ,
(३) विपत्र मे 'माँग पर' शब्द जोडना यदि उसमे भुगतान के लिए कोई समय निर्दिष्ट न किया गया हो ;

विनिमय साध्य पत्रो का अधिनियम निम्न परिवर्तनो की आज्ञा देता है —

(१) यदि पहले से कोई रेखाकन नही है तो चैक पर सामान्य रेखाकन करना,

(२) कोरे बेचान को विशेष बेचान मे बदलना,

(३) अपूर्ण विनिमय साध्य पत्र की रिक्त बात को भरना,

(४) किसी चैक के रेखाकन मे 'अविनिमय साध्य' शब्द जोड़ना।

(५) सग्रह कराने के इरादे से किसी बैंकर का दूसरे बैंकर के पक्ष मे पुन रेखाकन करना।

जहाँ किसी बिल, चेक या प्रामिसरी नोट मे महत्वपूर्ण परिवर्तन किया गया है परन्तु वह ऐसा परिवर्तित प्रगट नही होता, तो उस दशा मे यदि दायी व्यक्ति या बैंकर द्वारा उस पत्र को अच्छी नीयत और बिना लापरवाही के भुगतान कर दिया जाए, तो वह बैंकर या व्यक्ति उस पर समस्त दायित्वो से मुक्त हो जाता है।

बिल ऑफ एक्सचेन्ज
(Bill of Exchange)

व्यापार एव वाणिज्य मे केवल चैक, करेन्सी अथवा बैंक नोट और सिक्के ही भुगतान के एकमात्र साधन नही हैं अपितु बिल ऑफ एक्सचेन्ज का भी इसमे एक महत्वपूर्ण भाग है। उत्पादक अथवा थोक व्यापारी यह चाहता है कि उसे भुगतान तुरन्त ही मिल जाए ताकि वह द्रव्य अन्य व्यवहारो के लिए काम दे सके। इसके विपरीत फुटकर व्यापारी के पास सामान्यत अधिक धन नही होता और वह चाहता है कि माल के दाम तब दे जबकि वह बिक जाय। बिल ऑफ एक्सचेन्ज इन दो परस्पर विरोधी इच्छाओ की एक साथ पूर्ति की व्यवस्था करता है। थोक व्यापारी उधार पर बेचे गए माल का मूल्य पाने के लिए निश्चित अवधि का बिल फुटकर व्यापारी पर लिखता है जिसे वह स्वीकार कर लेता है। तत्पश्चात् बिल थोक व्यापारी के पास लौट आता है और वह इसे अपने बैंक से भुना लेता है। हाँ यह आवश्यक है कि पक्षकार ठोस आर्थिक अवस्था वाले हो। इस बीच फुटकर व्यापारी माल बेच डालता है और देय तिथि पर बिल का रुपया चुकाने के लिए धन इकट्ठा कर लेता है। इससे स्पष्ट है कि चैक की अपेक्षा बिल ऑफ एक्सचेन्ज से कई महत्वपूर्ण सुविधाये हैं। नीचे इस रुक्के के बारे मे विशेष प्रकाश डाला गया है।

परिभाषा

भारतीय विनिमय साध्य पत्रों के अधिनियम मे बिल आफ एक्सचेन्ज की परिभाषा इस प्रकार की गई है —

'बिल आफ एक्सचेन्ज बिना शर्त का एक लिखित आज्ञा-पत्र है, जिसमे लिखने वाला किसी विशेष व्यक्ति को आज्ञा देता है वह एक निश्चित धन या तो

स्वय उसे या उसकी आज्ञानुसार किसी अन्य व्यक्ति को या उस पत्र के वाहक को माँगने पर या एक निश्चित अवधि के बाद दे दे।

उपरोक्त परिभाषा का प्रत्येक शब्द महत्वपूर्ण है, क्योंकि उनसे बिल ऑफ एक्सचेन्ज का एक आवश्यक लक्षण प्रकट होता है। बिल ऑफ एक्सचेन्ज कहलाने के लिए पत्र मे निम्नलिखित लक्षणो का होना अति आवश्यक है—

(१) यह आज्ञा-पत्र होता है। इसे प्रायः एक लेनदार देनदार पर लिखता है अत उसका कहना आदेश या आज्ञा के रूप में होना चाहिए।

(२) यह आज्ञा पत्र लिखित होना चाहिए।

(३) यह आज्ञा-पत्र शर्त रहित होना चाहिए। यदि पत्र मे कोई शर्त लगा दी जाए, तो वह बिल नही कहा जा सकता।

(४) जो व्यक्ति आज्ञा दे उसके इस पर हस्ताक्षर होना आवश्यक है।

(५) यह आज्ञा एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति को दी जानी चाहिए।

(६) इसमे किसी निश्चित व्यक्ति को धन चुकाने का निर्देश हो।

(७) इसका धन या तो माँग पर अथवा किसी निश्चित या निश्चित हो सकने योग्य समय के बीतने पर चुकता किया जावे।

(८) जिस रकम के चुकाने की बात हो वह द्रव्य की एक निश्चित और स्पष्ट मात्रा होनी चाहिए।

(९) आदेशित व्यक्ति को यह निर्देश दिया गया हो कि वह लेखक को या किसी निर्दिष्ट व्यक्ति के आदेशानुसार अथवा वाहक को धन चुकाये।

बिल के पक्षकार

बिल मे प्राय तीन प्रकार होते हैं—(१) लेखक (Drawer), जो बिल खीचता या लिखता है और अपने हस्ताक्षर करता है। यह प्राय माल का विक्रेता अथवा ऋणदाता होता है, (२) लेखपात्र या देनदार (Drawee), जिस पर बिल खीचा जाता है। यह व्यक्ति धन चुकाता है। जब वह बिल स्वीकार कर लेता है, तो उसे स्वीकारकर्ता कहा जाता है, और (३) प्राप्ति कर्त्ता, जिसे बिल का धन मिलेगा। प्रायः बिल के लिखने वाला और उसका धन पाने वाला एक ही व्यक्ति होता है।

बिलों के भेद

विभिन्न दृष्टियो से बिलो को विभिन्न वर्गों मे बाँटा जाता है:—

(१) समय की दृष्टि से बिल दो प्रकार के होते हैं—माँग बिल (Demand Bills) और मियादी बिल (Tenor Bills) माँग बिल उनको कहते हैं जिनका भुगतान स्वीकर्ता को बिल के प्रस्तुत करते ही देना होगा। माँग बिल 'दर्शन बिल' (Sight Bills) भी कहलाते हैं। 'दर्शन' का शब्द तब स्तेमाल किया जाता है जबकि माँग बिल डाक द्वारा भेजे जाये। मियादी बिलो का तात्पर्य उन बिलो से है, जिनका

भुगतान बिल मे दी हुई एक निश्चित अवधि बीतने पर किया जायगा । बिल की मियाद दिन अथवा महीनो मे सूचित की जा सकती है । यदि बिल मे कोई मियाद न दी हो, तो उसे 'माँग बिल' ही माना जावेगा ।

(२) पाने वाले की दृष्टि से बिल दो प्रकार के हो सकते हैं—वाहक बिल (Bearer Bills) अथवा आदेश बिल (Order Bill) । वाहक बिल उसे कहते हैं जिसका भुगतान किसी भी व्यक्ति को, जो भुगतान के हेतु बिल प्रस्तुत करे, दे दिया जायगा । इसके विपरीत आदेश बिल वह है जिसका भुगतान उस विशेष व्यक्ति को जिसका नाम बिल मे दिया गया है अथवा उसमें आदेश प्राप्त व्यक्ति को ही किया जावेगा । रिजर्व बैंक अधिनियम की धारा ३१ के अनुसार वाहक बिल तब ही लिखे जा सकते हैं जबकि उनके देनदार या लेख-पात्र का बैंक में कोई चालू खाता हो ।

(३) स्थान की दृष्टि से बिल देशी या विदेशी हो सकते हैं । देशी बिल वह बिल है जो भारत मे लिखा गया है और या तो जिसका भुगतान भारत मे करना होगा या जिसका लेख-पात्र भारत मे रहता है । जो बिल इस प्रकार नही लिखा जाता या जिसका भुगतान इस प्रकार नही करना होता वह विदेशी बिल कहलाता है । यह भेद नीचे दिये गये उदाहरणों से भली प्रकार समझ में आवेगा —

लेखक का देश	लेखपात्र का देश	भुगतान का देश	बिल के प्रकार
१ भारत	भारत	भारत	देशी
२ भारत	भारत	इङ्गलैण्ड	देशी
३ भारत	इङ्गलैण्ड	भारत	देशी
४ भारत	इङ्गलैण्ड	इङ्गलैण्ड	विदेशी
५ इङ्गलैण्ड	इङ्गलैण्ड	इङ्गलैण्ड	विदेशी[1]
६ इङ्गलैण्ड	भारत	इङ्गलैण्ड	विदेशी
७ इङ्गलैण्ड	इङ्गलैण्ड	भारत	विदेशी
८. इङ्गलैण्ड	भारत	भारत	विदेशी

(४) बिल के उद्देश्य की दृष्टि से वह अनुग्रह बिल अथवा व्यापार बिल हो सकते हैं । अनुग्रह बिल (Accommodation Bill) वह है जिसके लिए कोई वास्तविक प्रतिफल प्राप्त नही हुआ है अर्थात् जिसके आधार में वास्तविक माल का कोई क्रय-विक्रय नही है । इसके विपरीत व्यापार बिल माल के क्रय-विक्रय से उत्पन्न हुई देनदारी के आधार पर लिखे जाते हैं ।

---

१ भारतवासी के दृष्टिकोण से ।

बिल का नमूना

नीचे एक देशी बिल का नमूना दिया जाता है :—

देशी बिल ऑफ एक्सचेन्ज का नमूना

बम्बई,
जनवरी १, १९६१

रु० ५०० ००

स्टाम्प

उपर्युक्त तिथि के तीन महीने के पश्चात् मुझे अथवा मेरे आदेशानुसार पाँच सौ रुपए दीजिये, जिसका मूल्य प्राप्त हो चुका है।

सुरेशचन्द्र सक्सेना

सेवा में,
सतीशचन्द्र मीतल,
अग्रवाल बिल्डिंग्ज,
बेलनगंज,
आगरा।

(अंग्रेजी रूपान्तर)

Bombay,
Jan. 1, 1961

Rs 500 00

Stamp

Three months after date, pay to me or my order the sum of Rs. five hundred only, for value received

Suresh Chandra Saxena

To,
Satish Chandra Mital,
Agrawal Buildings,
Belanganj,
Agra

बिल का लिखना

बिल लिखते समय छह बातो का ध्यान रखना चाहिए :—

(१) तिथि—बिल की तिथि सीधे हाथ की ओर ऊपरी कोने मे लिखी जाती है। तिथि देना बहुत आवश्यक है क्योंकि बिल का परिपक्वता दिवस मालूम करने के लिये मियाद इस तिथि से ही जोड़ी जाती है। अन्तर्राष्ट्रीय बिलो मे (कभी-कभी देशी बिलो मे भी) भुगतान का दिन या परिपक्वता दिवस निश्चय करने के लिये मियाद उस तिथि मे जोडी जाती है जिसमे लेखपात्र ने उसे देखा हो। तिथि बाद मे भी डाली जा सकती है परन्तु उस दशा मे लेखपात्र को इसकी सूचना दे देनी चाहिये, जिससे वह भुगतान का प्रबन्ध करले।

(२) रकम—तिथि के पश्चात् उल्टे हाथ की ओर ऊपरी कोने मे तिथि रेखा के नीचे बिल की रकम अंको मे लिखी जाती है। चेक की भाँति बिल मे भी रकम दो बार लिखते हैं। बिल के मुख्य भाग मे रकम शब्दो मे लिखी जाती है। रकम शब्दो और अंको मे लिख देने से उसके बदल जाने का डर नही रहता है।

(३) टिकट—अंको मे लिखी गई रकम के नीचे आवश्यक स्टाम्प लगाना पडता है। यदि बिल आफ एक्सचेन्ज दर्शनी या माँग बिल हो तो किसी स्टाम्प की आवश्यकता नही है। हाँ, यदि वह मियादी बिल है, तो अवश्य स्टाम्प लगाना होगा। स्टाम्प लगाने के पश्चात् ही बिल एक कानूनी पत्र समझा जाता है। स्टाम्प का मूल्य बिल की रकम के अनुसार (Advalorem) निर्धारित होता है। सरकार ने एक तालिका प्रकाशित की है, जिसमे स्टाम्प की दरें दी हुई हैं। विदेशी बिल पर स्टाम्प उस विदेश के नियमानुसार अलग लगाना पडता है।

(४) बिल की मियाद से अभिप्राय उस समय से है जिसके पश्चात् लेखपात्र बिल का धन चुकावेगा। यह बिल की तिथि मे अथवा लेखपात्र के समक्ष बिल प्रस्तुत होने की तिथि मे जोड दी जाती है। भुगतान की तिथि मालूम करने के लिये तीन अनुग्रह दिवस (Days of Grace) भी जोडे जाते है। इस प्रकार जो तिथि निकले उसे परिपक्वता दिवस (Date of Maturity) कहते हैं। यदि परिपक्वता दिवस छुट्टी के दिन पडता है तो भारत मे उसका भुगतान एक दिन पहिले हो जाता है। बिल की मियाद मुख्य लेख के आरम्भ मे लिख दी जाती है, यथा 'Ninety days after date' ...., (90d/d या 'नब्बे दिन तिथि के पश्चात्'... ... (९० दि/ति)।

बिल आफ एक्सचेन्ज के सम्बन्ध मे 'महीना' शब्द से अभिप्राय कलैंडर माह से है, इस प्रकार यदि तीन बिल २९, ३० और ३१ जनवरी से १ माह के लिये खोचे जायें तो ये सब एक ही दिन अर्थात् ३ मार्च देय होगे।

(५) पक्षों के नाम—मियाद के पश्चात् बिल के मुख्य भाग मे प्राप्तकर्त्ता का नाम लिखा जाता है। लेखक स्वयं प्राप्तकर्त्ता हो सकता है। ऐसी दशा मे बिल के

मुख्य भाग मे यह बात स्पष्ट कर दी जावेगी। मुख्य भाग समाप्त होने के बाद सीधे हाथ के कोने मे नीचे की ओर लेखक अपने हस्ताक्षर करता है। लेख-पात्र का नाम व पता उल्टे हाथ की ओर नीचे कोने मे लिखा जाता है।

(६) 'जिसका मूल्य प्राप्त हो गया है' (For Value received) शब्द भी बिल के मुख्य भाग मे लिखे जाते हैं। इन शब्दों का आशय यह प्रमाणित करना है कि लेख-पात्र को इस बिल का रुपया भुगतान करने के बदले मे उचित धन, माल अथवा सेवा पहले ही प्राप्त हो चुकी है। ये शब्द लिखना कानूनी रूप से अनिवार्य नही है फिर भी प्रचलित प्रथा के अनुसार इनका लिखना आवश्यक समझा जाता है। यदि लेखपात्र बिल स्वीकार कर ले परन्तु परिपक्वता दिवस पर भुगतान नही करे और मुकद्दमा लडे तो वह इस बात से इन्कार न कर सकेगा कि जो धन उससे माँगा जा रहा है उसका बदला उसे कुछ नही मिला।

बिल का स्वीकरण
(Acceptance of a Bill)

बिल लिखे जाने पर ही तत्काल लेख-पात्र (Drawee) पर बाधित नही होता जब तक कि लेख-पात्र बिल मे भी लिखित देनदारी को स्वीकार न कर ले। अत लेखक स्वीकृति के लिये बिल लिख कर लेखपात्र को भेजता है। लेखपात्र बिल के सम्मुख भाग पर 'स्वीकार' लिख कर अपने हस्ताक्षर कर देता है। इसे 'बिल का स्वीकरण' (Acceptance of a Bill) कहते हैं। इसका आशय है कि लेख-पात्र बिल की देनदारी को स्वीकार करता है और वह निश्चित दिन पर उसके निर्देशानुसार भुगतान कर देगा। स्वीकार होने के पहले बिल को 'प्रारूप' (Draft) और स्वीकार होने के पश्चात् उसे 'स्वीकृति' (Acceptance) कहते हैं। माँग बिलो के लिये स्वीकृति आवश्यक नही होती। लेखक के हस्ताक्षर होने से पहले भी लेख-पात्र बिल को स्वीकार कर सकता है। बिल स्वीकार करते समय 'स्वीकार' शब्द लिखना आवश्यक नही है, केवल हस्ताक्षर लिखना ही पर्याप्त होगा। यदि किसी फर्म, सस्था या कम्पनी की ओर से कोई प्रतिनिधि बिल पर हस्ताक्षर करता है तो उसे फर्म, सस्था या कम्पनी का नाम लिखकर और 'के लिये' या 'की ओर से' (For या Per Pro) लगाकर अपने नाम के हस्ताक्षर करने चाहिये नही तो इसे उसकी व्यक्तिगत स्वीकृति समझा जायगा और वह बिल पर व्यक्तिगत रूप से दायी होगा। जब बिल स्वीकार हो जाता है तो उसे 'स्वीकर्ता' (Acceptor) भी कहते हैं। लेख-पात्र बिल को २४ घण्टे अपने पास रोक सकता है। इसके पश्चात् उसे बिल स्वीकार करके या अस्वीकृत ही लौटा देना आवश्यक है।

स्वीकृति के भेद

स्वीकृति दो प्रकार की होती है—साधारण स्वीकृति (General Acceptance) और असाधारण या मर्यादित स्वीकृति (Qualified Acceptance)

जब लेख-पात्र लेखक की लिखी हुई सब बातो को स्वीकार कर अपने हस्ताक्षर कर देता है तब इसे साधारण स्वीकृति कहते हैं। हस्ताक्षरो के साथ 'स्वीकार किया' शब्द और तिथि भी लिखी जा सकती है। प्राय स्वीकार करते समय बिल का भुगतान करने वाले बैंक का नाम भी लिख दिया जाता है। बिल का भुगतान करने के स्थान को अंग्रेजी मे Domicile कहते हैं। यदि भुगतान करने का कोई स्थान निर्दिष्ट न किया जाय तो बिल का भुगतान स्वीकर्त्ता के साधारण व्यापार स्थल पर होगा।

गिरांज किशोर अग्रवाल १२—१—१९६१	स्वीकार किया, भुगतान पंजाब नेशनल बैंक आगरा द्वारा, गिरांज किशोर अग्रवाल। १२—१—१९६१

जब लेख-पात्र लेखक की लिखी हुई कुछ बातो को स्वीकार करता है अथवा अपनी ओर से कोई नई बात जोडकर बिल पर स्वीकृति देता है तो इसे 'विशेष', 'मर्यादित', अथवा 'असाधारण' स्वीकृति कहते है। यदि लेख-पात्र बिल पर असाधारण स्वीकृति दे तो लेखक उसे ग्रहण करना मना कर सकता है, क्योंकि बिल की असाधारण स्वीकृति कोई स्वीकृति नही है वरन् लेख-पात्र की ओर से एक नया प्रस्ताव है। असाधारण स्वीकृति के निम्न भेद हैं —

(१) स्थानीय स्वीकृति (**Local Acceptance**)—यदि स्वीकर्त्ता ने अपनी स्वीकृति देते समय बिल के भुगतान करने का स्थान इस प्रकार निर्दिष्ट कर दिया हो कि किसी दूसरे स्थान पर भुगतान नही मिल सकेगा, तो उसे स्थानीय स्वीकृति कहा जायगा, जैसे—

स्वीकार, भुगतान केवल हमारी आगरा ब्राच पर गिर्राज किशोर अग्रवाल १२—१—१९६१	स्वीकार भुगतान केवल पंजाब नेशनल बैंक आगरा पर होगा गिर्राज किशोर अग्रवाल १२—१—१९६१

(२) सप्रतिबन्ध स्वीकृति (**Conditional Acceptance**)—यदि स्वीकर्त्ता किसी शर्त के पूरा होने पर या किसी घटना के होने पर बिल का भुगतान करना स्वीकार करे तो वह सप्रतिबन्ध स्वीकृति कहलायेगी। उदाहरण के लिये, यदि स्वीकर्त्ता यह लिखे कि 'मेरे ऋण वसूल हो जाने पर भुगतान करने के लिये स्वीकृत' (Accepted Payable on Realisation of my Debts), तो यह सप्रतिबन्ध स्वीकृति है।

(३) आंशिक स्वीकृति (**Partial Acceptance**)—जब स्वीकर्त्ता स्वीकार करते समय बिल की सम्पूर्ण धन राशि का कुछ अंश ही भुगतान करना स्वीकार करे, तो उसे आंशिक स्वीकृति कहेंगे। उदाहरण के लिये, यदि बिल सात

सौ रुपये का हो और वह लिख दे "केवल छ सौ रुपये के लिये "स्वीकृत (Acceptance Payble for Rupees six hundred only) तो यह आंशिक स्वीकृति है।

(४) समय मर्यादित स्वीकृति (Qualified as to time Acceptance)–यदि स्वीकर्त्ता बिल को स्वीकार करते समय भुगतान की निर्दिष्ट अवधि से अधिक समय की कोई शर्त लगादे, तो उसे 'समय मर्यादित स्वीकृति' कहेंगे। उदाहरण के लिये, यदि बिल की अवधि दो माह है परन्तु स्वीकर्त्ता यह लिखता है "तिथि के चार महीने पश्चात्" (Accepted Payable four months after date) तो यह समय मर्यादित स्वीकृति है।

(५) केवल कुछ लेखपात्रों द्वारा स्वीकृति (Acceptance by some of the Drawees only)—यदि किसी बिल की स्वीकृति कई व्यक्तियों द्वारा होनी आवश्यक होनी है किन्तु उनमें से सभी अपने हस्ताक्षर स्वीकृति में नहीं करते, तो ऐसी स्वीकृति 'कुछ लेखपात्रों की स्वीकृति' कहलाती है।

यह आवश्यक नहीं है कि स्वीकरण के पश्चात् ही बिल व्यवहार में लाया जाये। बिना स्वीकार किया हुआ बिल भी एक दूसरे को और दूसरे से तीसरे को और आगे भी इसी तरह विनिमय या बेचान किया जा सकता है। बाद में किसी समय भी बिल रखने वाला बिल को लेखपात्र के समक्ष स्वीकृति के लिये प्रस्तुत कर सकता है।

बिलों पर बेचान

वाहक बिलों के अतिरिक्त सभी बिलों पर उनको चलाने के लिये प्राप्तकर्त्ता द्वारा बेचान होना आवश्यक है। बेचान लिखने के नियम और बेचान के भेद वैसे ही हैं जैसे कि हम आपको चैकों के सम्बन्ध में बता चुके हैं। वाहक बिल पर भी हस्तांतरक से बेचान लिखा देना लाभप्रद है, क्योंकि ऐसा करने से यह भी बिल पर दायी बन जाता है।

बिल का विनिमय करना या चलाना—किसी बिल आफ एक्सचेन्ज का धारी बिल के सम्बन्ध में निम्नलिखित कोई भी कार्य कर सकता है —

(१) वह बिल को परिपक्वता तक अपने पास रखे रहे और स्वीकर्त्ता से भुगतान प्राप्त करे।

(२) वह उसे किसी ऋण के निपटारे में अपने लेनदार को ट्रान्सफर कर सकता है।

(३) वह उसे किसी बैंकर से भुना सकता है यदि उसे धन की परिपक्वता से पूर्व ही, आवश्यकता पड़ जाय।

अन्तिम दो दशाओं में ही, बिल का विनिमय माना जाता है। विनिमय का आशय है चलन में रख देना। यदि वह आदेशानुसार बिल है तब उसे चलाने के लिये

बेचान करना आवश्यक होगा। बिल तब तक विनिमय साध्य रहेगा जब तक उस पर प्रतिबन्धित बेचान न किया जाय या भुगतान अथवा किसी अन्य ढंग से बिल की समाप्ति न हो जाय।

बिल का बैंक से भुनाना—बिल ऑफ एक्सचेन्ज का एक अत्यन्त महत्वपूर्ण लाभ यह है कि उसका धारी बिना परिपक्वता तक रुके हुए बिल को बेच कर पहले भी रुपया प्राप्त कर सकता है। अधिकाशत ऐसा ही किया भी जाता है। बिल खरीदने का कार्य बैंक एव बिल के दलाल करते हैं। ये बिल का धन, खरीदने की तिथि से परिपक्वता दिवस तक की अवधि के लिये ब्याज स्वरूप कुछ रकम काट कर, धारी को नगद दे देते हैं या उसके खाते मे जमा कर देते हैं। काटी गई यह रकम बट्टा (Discount) कहलाती है। बिल को इस प्रकार बेचकर धन प्राप्त करना, 'बट्टे पर बिल भुनाना' (Discounting a Bill) कहलाता है।

भुगतान के लिये प्रस्तुत करना—बिल की परिपक्वता पर धारी अथवा उसके प्रतिनिधि को चाहिए कि भुगतान के लिये बिल को स्वीकर्त्ता अथवा उसके बैंकर के समक्ष प्रस्तुत करें। प्रस्तुति व्यापार के साधारण कार्य-काल मे होनी चाहिए। यदि धारी प्रस्तुति करने मे कोई त्रुटि करता है तो बिल के सभी पक्षकार (केवल स्वीकर्त्ता के अलावा) अपने दायित्व से मुक्त हो जाते हैं। यह आवश्यक है कि बिल को भुगतान पाने के लिए उस स्थान पर प्रस्तुत किया जाय जिसका बिल अथवा स्वीकृति मे निर्देश है। यदि कोई स्थान निर्दिष्ट नही है तो स्वीकर्त्ता के घर पर अथवा कारोबार के स्थान पर बिल प्रस्तुत किया जा सकता है। यदि उसका कोई स्थायी घर अथवा कारोबार का स्थान नही है तो वह जहाँ कही भी स्वीकर्त्ता मिले वही प्रस्तुत किया जा सकता है। रजिस्टर्ड डाक से बिल को प्रस्तुत करना भी वैध है।

बिल रिटायर कराना—जब लेखपात्र अथवा स्वीकर्त्ता के पास बिल के भुगतान के लिए परिपक्वता से पहिले ही धन का प्रबन्ध हो जाय तो वह परिपक्वता के पहले भी धन देकर बिल वापिस ले सकता है। यदि वह ऐसा करे, तो प्राय कुछ ब्याज उसे छोड दिया जाता है जो अनबीती अवधि के अनुसार होता है। इस प्रकार बिल वापिस लेने को 'बिल रिटायर कराना' (Retiring a Bill) कहते है।

विदेशी बिल

विदेशी बिल किसे कहते हैं यह हम आपको ऊपर भली प्रकार बता चुके हैं। प्राय. तीन प्रतियो (in set of three) मे लिखा जाता है। प्रत्येक प्रति दूसरी प्रति की सह-प्रति (via) कहलाती है। यदि विदेशी बिल की केवल एक ही प्रति लिखी जावे तो ऐसे बिल को एकाकी (sole) बिल कहेगे। विदेशी बिल की तीन प्रतियाँ लेने का कारण यह है कि जब विदेश को डाक से बिल भेजा जाता है तो उसके खोने पर स्वीकरण या भुगतान मे देरी होगी। इस देरी को बचाने के लिए बिल की तीन प्रतियाँ की जाती हैं और उनको अलग-अलग डाक से भेजा जाता है। कोई न कोई

प्रति तो पहुँच ही जावेगी। लेख-पात्र को चाहिए कि जो भी प्रति पहले आ जाय उसको ही स्वीकार करले या भुगतान करदे। अन्य प्रतियां इस प्रकार स्वतः रद्द हो जावेंगी। देशी और विदेशी बिल मे अन्तर इस तालिका से भली प्रकार प्रकट हो जाता है :—

देशी बिल	विदेशी बिल
(१) इसकी एक प्रति ही लिखी जाती है।	(१) इसे साधारणतः तीन प्रतियों मे तैयार किया जाता है।
(२) यह हुण्डी के कागज पर लिखा जाता है।	(२) इसे किसी भी उपयुक्त कागज पर लिखा जा सकता है।
(३) इस पर केवल एक बार स्टाम्प लगाना पडता है।	(३) इस पर दो बार स्टाम्प लगाना पड़ता है—एक बार तो लेखक के देश मे और दूसरी बार लेख-पात्र के देश मे।
(४) अप्रतिष्ठित होने पर इसका नोटिंग आवश्यक नही है।	(४) अप्रतिष्ठत होने पर इसको नोट करना आवश्यक है।
(५) यह देश मे प्रचलित किसी भी भाषा मे लिखा जाता है।	(५) यह प्राय अङ्ग्रेजी मे लिखा जाता है।

विदेशी बिल का नमूना

बेलनगज,

पौण्ड २००-०-० जनवरी २४, १९६१

स्टाम्प

इस प्रथम बिल के दर्शन के साठ दिन पश्चात् (यदि इस तिथि तथा विवरण के द्वितीय एवं तृतीय विपत्र का भुगतान न किया गया हो) नेशनल बैंक आफ इण्डिया को केवल दो सौ पौण्ड दीजिए जिसका मूल्य दे दिया गया है।

सेवा मे,
ईस्टर्न ट्रेडिंग कारपोरेशन,
लन्दन।

आयरन एण्ड स्टील वर्क्स के लिये,
सतीशचन्द्र मीतल,
मैनेजर।

अंग्रेजी रूपान्तर

	Belanganj,
	Agra
£ 200-0-0	January 24, 1961
Stamp	

Sixty days after sight of this first of Exchange (second and third of the same tenor and date unpaid) pay to the National Bank of India Ltd , or order the sum of two hurdred pounds only, value received.

For Iron and Steel Works,
Satish Chandra Mital
Manager

To,
Eastern Trading Corpn ,
London

विदेशी बिल के प्रकार

विदेशी बिल दो प्रकार के होते हैं —

साफ (Clear) और कागज पत्र वाले (Documentary)। साफ बिल के साथ कोई और कागज-पत्र नही होता। कागज-पत्र वाला बिल वह है जिसके साथ जहाजी कागज-पत्र, जैसे जहाजी बिल्टी, बीमा पत्र, बीजक और बहुधा बन्धक पत्र लगा हो। विदेशी बिल प्राय विदेशी स्थित लेख-पात्र की स्वीकृति मिलने से पहले बैंकर से भुना लिये जाते हैं। अपनी रक्षा के लिये बैंकर उपरोक्त कागज-पत्र ले लेता है। जहाजी बिल्टी गन्तव्य बन्दरगाह पर जहाज के पहुँचने पर माल छुड़ाने के लिये होती है, बीजक माल की पहचान करने और चुंगी चुकाने मे सहायक होता है, बीमा-पत्र माल के मार्ग म नष्ट होने की दशा मे बैंकर की हानि पूर्ति के लिये है तथा बन्धक-पत्र इस आशय से लिखा लिया जाता है कि बिल का भुगतान न होने पर बैंक बन्धक रखे गये माल को बेचकर अपना रुपया चुका ले। यदि माल मँगवाने वाला बिल का भुगतान कर दे या स्वीकृति दे दे तो ये सब कागज-पत्र उसे सौंप दिये जायेंगे।

इन बिलो पर बैंक बीजक मूल्य का लगभग ८०-९० प्रतिशत रुपया देता है। बिल भुनाने के पश्चात् वह पहली प्रति मूल कागज-पत्रो के साथ अपनी गन्तव्य स्थान की शाखा या प्रतिनिधि को भी भेज देता है दूसरी प्रति अगली डाक से भेज दी जाती है और तीसरी बैंकर अपने पास रख लेता है। माल के गन्तव्य स्थान पर पहुँचने पर बैंकर का प्रतिनिधि माल छुड़ाकर गोदाम मे रखवा लेता है और कागज पत्र वाला बिल स्वीकृति या भुगतान के लिये लेख-पात्र के समक्ष प्रस्तुत करता है।

स्वीकृति या भुगतान मिलने पर कागज-पत्र सौंप दिये जायेंगे। यदि लेखपात्र ठोस प्राधिक प्रवस्था का है तो बिल में इस आशय का निर्देश होता है कि कागज-पत्र स्वीकृति मिलने पर सौंप दिये जायें अन्यथा उसमें भुगतान पर ही कागज-पत्र सौंपने का निर्देश होता है। कागज-पत्र वाले एक बिल का नमूना नीचे दिया गया है —

कागज-पत्र वाले बिल का नमूना

लन्दन,
जनवरी १८, १९६१।

क्रम संख्या ५००
विनिमय ४०० पौंड के लिये।

| स्टाम्प ४/- |

इस प्रथम बिल को देखने के नब्बे दिन पश्चात् (उसी मियाद और तिथि के द्वितीय एवं तृतीय बिल यदि अदत्त हों) सेंट्रल बैंक ग्राफ इण्डिया लिमिटेड को या आदेशानुसार केवल ४०० पौंड दीजिये जिसके प्रतिफल में माल की चार पेटियाँ 'गालिब, भारत' नाम के जलयान द्वारा भेजी गई हैं। साथ के कागज-पत्र भुगतान पर सुपुर्द किये जावेंगे।

चार्ल्स एण्ड कम्पनी

सेवा में,
सर्व श्री रामनाथ श्यामनाथ,
आगरा।

(अङ्गरेजी रूपान्तर)

London
Jan. 18, 1961

No 500
Exchange for £ 400

| Stamp 4/- |

Ninety days after sight of this First of Exchange (second and third of the same tenor and date unpaid) pay to the Central Bank of India Ltd, or order the sum of four hundred pounds, value received against four cases of goods per s s the 'Galib' of India' The attached shipping documents to be surrendered on payment

Charles & Co

To,
Messrs Ram Nath Shyam Nath,
Agra

यूसेन्स (Usance)—वह अवधि है जिसके लिये विदेशी बिल लिखे जाते हैं। यह अवधि सम्बन्धित देशो के मध्य दूरी और यातायात एव सदेशवाहन की सुविधा पर निर्भर होती है। अधिकाश योरपीय देशो के लिये यह अवधि ३ माह है।

आवश्यकता के समय लेख-पात्र (Drawee in Case of Need)

विदेशी बिलो मे 'आवश्यकता के समय लेख-पात्र' का नाम प्राय जोड दिया जाता है। 'आवश्यकता के समय लेख-पात्र' वह व्यक्ति है जो बिल के लेखपात्र द्वारा बिल की स्वीकृति न मिलने पर अथवा स्वीकृति मिल गई है तो भुगतान न होने पर यथाविधिधारी को स्वय स्वीकृति या भुगतान प्रदान करेगा। जब कभी लेखक बेचान-कर्त्ता को यह शका हो कि प्रस्तुत करने पर शायद लेख-पात्र बिल की स्वीकृति अथवा भुगतान न दे तो वह आवश्यकता के समय काम आने वाले व्यक्ति का नाम बिल मे जोड सकता है। इससे सम्बन्धित पक्षकार की, जिसने यह नाम जोडा है, प्रतिष्ठा बचेगी, भुगतान मे देरी नही होगी और अप्रतिष्ठित होने की दशा मे जो खर्चे किये जाते हैं वह भी बच जायेंगे। आवश्यकता के समय लेख-पात्र का नाम इस प्रकार नीचे बिल मे लिखा जाता है—'आवश्यकता पडने पर सर्व श्री अग्रवाल ब्रादर्स से मिलिये।' (In case of need apply to Messrs, Agarwal Brothers)

प्रतिष्ठार्थ स्वीकृति एव भुगतान (Acceptance and Payment for Honour)

यदि बिल का मूल लेख-पात्र जिस पर स्वीकृति नही देता तो बिल की नोटिंग और प्रोटेस्ट के पश्चात् कोई भी व्यक्ति उस बिल पर स्वीकृति दे सकता है और उसे इस आशय की घोषणा करनी पडती है कि वह किसकी—लेखक की या बेचानकर्त्ता की—प्रतिष्ठा के लिए ऐसा कर रहा है। इस व्यक्ति को 'प्रतिष्ठार्थ स्वीकर्त्ता (Acceptor for honour) और स्वीकृति को 'प्रतिष्ठार्थ स्वीकृति' (Acceptance for honour) कहते हैं। प्रतिष्ठा के लिये स्वीकार करने वाला व्यक्ति बिल का भुगतान तभी करेगा जब कि लेख-पात्र बिल को परिपक्वता पर भुगतान करना अस्वीकार कर दे। जिस व्यक्ति की प्रतिष्ठा के लिये बिल को स्वीकार किया गया है वह इस प्रकार स्वीकार करने वाले व्यक्ति के प्रति दायी होता है।

इसी प्रकार जब बिल भुगतान न होने से अप्रतिष्ठित हो गया है और उसकी नोटिंग व प्रोटेस्ट हो चुकी है तो कोई भी व्यक्ति किसी भी पक्षकार की प्रतिष्ठा रखने के लिए उसका भुगतान कर सकता है। उसे भुगतान करते समय नोटेरी अफसर के सामने यह घोषणा करनी पडेगी कि वह किस पक्षकार की प्रतिष्ठा रखने के लिये भुगतान कर रहा है। इसे प्रतिष्ठार्थ भुगतान कहते हैं। प्रतिष्ठार्थ भुगतान करने वाला व्यक्ति उस व्यक्ति से, जिसकी प्रतिष्ठा रखने के लिए उसने भुगतान किया है, अपने खर्च सहित बिल की रकम पाने का अधिकारी है।

बिल की अप्रतिष्ठा (Dishonour of a Bill)

बिल की अप्रतिष्ठा का अर्थ

किसी बिल को अप्रतिष्ठित (Dishonoured) निम्नलिखित दशाओं में कहा जाता है :—(१) जब कि बिल की स्वीकृति के लिये प्रस्तुत करने पर लेखपात्र ने स्वीकार न किया हो। (२) जबकि बिल पर असाधारण स्वीकृति प्रदान की गई हो और ऐसी स्वीकृति धारी ग्रहण नहीं करता और (३) जबकि स्वीकृति किये गये बिल का परिपक्वता दिवस पर स्वीकर्त्ता भुगतान नहीं करे।

अप्रतिष्ठा का नोटिस देना

बिल अप्रतिष्ठित होने पर धारी का यह कर्त्तव्य हो जाता है कि वह अप्रतिष्ठा की सूचना लेखक और पहले समस्त बेचानकर्त्ताओं को उचित समय के अन्दर दे दे। यदि वह ऐसा नहीं करता तो ये लोग बिल पर अपनी देनदारी से मुक्त हो जायेंगे। जब कोई बिल अस्वीकृति से अप्रतिष्ठित हो चुका है और इस आशय की सूचना भी दी जा चुकी है तो बाद में भुगतान न मिलने पर सूचना देना आवश्यक नहीं है और बिल का स्वामी चाहे तो भुगतान दिवस तक रुके बिना ही न्यायालय में दावा कर सकता है। यदि बिल का धारी लेखक के ही नगर में रहता है तो नोटिस इस प्रकार देना चाहिये कि वह अगले दिन लेखक को मिल जाये। यदि वे अलग-अलग शहरों में रहते हैं तो नोटिस अप्रतिष्ठा के अगले दिन अवश्य डाक से भिजवा देना चाहिये। यदि नोटिस भेजने में देरी कुछ ऐसे कारणों से हो जाये जिन पर धारी का नियन्त्रण नहीं है तो उसे क्षमा किया जा सकता है। निम्न दशाओं में नोटिस देना आवश्यक है —

(१) जिस व्यक्ति को सूचना मिलनी चाहिये वह स्वयं सूचना को आवश्यकता नहीं समझता।

(२) जब बिल के लेखक ने बिल को स्वीकार करने वाले से भुगतान न करने के लिये कह दिया हो।

(३) जिस व्यक्ति को सूचना मिलनी चाहिये उसे सूचना न मिलने से कोई हानि न हो।

(४) जब वह व्यक्ति जिसे सूचना मिलनी चाहिये ढूँढने में भी न मिल सके।

(५) जब वह व्यक्ति जिसे सूचना मिलनी चाहिये बिल या प्रतिज्ञा-पत्र की अप्रतिष्ठा के विषय में जानता हो और बिना किसी शर्त के रुपया चुकाना स्वीकार करता हो।

(६) जब स्वीकार करने वाला (Acceptor) बिल के लेखकों (Drawers) में से ही एक हो।

(७) जब प्रतिज्ञा-पत्र ऐसा हो कि उसका दूसरे को बेचान नहीं हो सकता।

बिल का नोटिंग करना (Noting of a Bill)

यदि बिल के उपस्थित करने पर उसका भुगतान न मिला हो तो फिर उसका रुपया पाने के लिये यह आवश्यक है कि अप्रतिष्ठा का नोटिस देने के पश्चात् उसे नोट भी कराया जाये। धारक को चाहिये कि बिल नोटेरी अफसर के पास भेज दे। यह अफसर उसे दोबारा भुगतान के लिए प्रस्तुत करता है और यदि बिल फिर भी अप्रतिष्ठित हो तो वह उसी बिल पर अप्रतिष्ठित होने की बात नोट कर देता है अर्थात् लिख देता है। उसके इस कार्य को बिल का नोटिंग कहते हैं। नोटेरी अफसर अपने नोट में निम्नलिखित बातें देता है —

(१) अप्रतिष्ठा की तारीख,
(२) अप्रतिष्ठा के कारण यदि कोई हो,
(३) यदि बिल स्पष्ट रूप से अप्रतिष्ठित न किया गया हो तो इस बात का कारण कि धारी उसे अप्रतिष्ठता क्यों मानता है।
(४) नोट करने की फीस।

नोट करने का अभिप्राय यह है कि बिल के स्वीकरण अथवा भुगतान के सम्बन्ध में लेख-पात्र अथवा स्वीकर्त्ता को इन्कारी का एक अधिकृत साक्ष्य मिल जाये। देशी बिलों पर नोट कराना कानून द्वारा आवश्यक नहीं है किन्तु इसका चलन हो गया है। अतः यदि ऐसा न कराया जाये तो अदालत को शंका हो सकती है। साथ ही नोट करा लेने से एक पक्की गवाही भी मिल जाती है। अतः नोट करा लेना देशी बिलों के लिये भी उचित है।

बिल का प्रोटेस्ट (Protest of Bill)

नोटिंग के पश्चात् विदेशी बिलों के सम्बन्ध में प्रोटेस्ट कराना भी आवश्यक होता है। नोटेरी पब्लिक से एक पृथक कागज पर अप्रतिष्ठता का प्रमाण पत्र ले लिया जाता है। इस प्रमाण-पत्र को ही प्रोटेस्ट (विरोध) कहते हैं।

(१) नोटेरी अफसर द्वारा इस बात की घोषणा कि उसने बिल को स्वीकरण अथवा भुगतान के लिये प्रस्तुत किया था।

(२) उस व्यक्ति का नाम जिसके लिये और जिसके विरुद्ध बिल का प्रमाण-पत्र लिया जा रहा है।

(३) बिल का ब्यौरा।

(४) अस्वीकृति या भुगतान न करने के लिये दिया गया कारण।

(५) प्रमाण-पत्र देने वाले नोटेरी अफसर की फीस।

यदि बिल स्वीकार करने वाला दिवालिया हो गया है या उसकी साख सार्वजनिक रूप से गिर गई है तो बिल का धारी उचित समय के अन्दर नोटेरी अफसर द्वारा बिल स्वीकार करने वाले से अतिरिक्त जमानत माँग सकता है। यदि वह इसकी पूर्ति न करे तो उस आशय का एक प्रमाण-पत्र नोटेरी अफसर से लिया जा सकता है।

इस प्रमाण-पत्र को 'जमानत के लिये प्रोटेस्ट' (Protest for Better Security) कहते हैं।

बिल के विभिन्न पक्षों का दायित्व—बिल के विभिन्न पक्षों का दायित्व इस प्रकार है —

(१) स्वीकर्त्ता (Acceptor)—बिल पर स्वीकृति देने वाला प्रधान रूप से धारी के प्रति भुगतान करने का दायी है। बिल पर स्वीकृति देकर वह उसके चुकाने का दायित्व ग्रहण करता है। यदि वह परिपक्वता दिवस पर उसका भुगतान नहीं करता तो बिल का लेखक, बेचानकर्त्ता या नियमानुकूलधारी उस पर दावा कर सकते हैं। वह किसी नियमानुकूलधारी के विरुद्ध कोई बचाव प्रस्तुत नहीं कर सकेगा। वह यह भी नहीं कह सकेगा कि बिल का कोई प्रतिफल नहीं दिया गया था। हाँ, जालसाजी की अवस्था में अवश्य वह बच सकता है।

(२) लेखक (Drawer)—जब तक बिल स्वीकार नहीं हो जाता तब तक लेखक ही बिल पर प्रधान रूप से दायी होता है। बिल लिखकर वह इस बात का आश्वासन देता है कि प्रस्तुत करने पर उसकी स्वीकृति मिल जायेगी और मियाद के अनुसार उसका भुगतान भी हो जायेगा तथा अप्रतिष्ठित होने की दशा में वह धारी या बेचानकर्त्ता को, जिसे अप्रतिष्ठा के कारण नुकसान उठाना पड़ा हो, हरजाना देगा। लेकिन जब बिल स्वीकार हो जाता है तो उसका दायित्व प्रधान न रहकर द्वितीयात्मक (Secondary) हो जाता है।

(३) बेचानकर्त्ता (Endorser)—बेचानकर्त्ता का दायित्व स्वीकर्त्ता या लेखक की अपेक्षा बहुत सीमित है। किसी बिल पर बेचान करके वह अपने ऊपर इस बात का दायित्व लेता है कि वह अपने बाद के किसी बेचानकर्त्ता को, जिसने बिल के सम्बन्ध में हानि उठाई है, हरजाना देगा। किन्तु स्वयं उसे अपने पूर्व बेचानकर्त्ताओं या लेखक अथवा स्वीकर्त्ता से हरजाना लेने का अधिकार है। वह किसी नियमानुकूल अधिकारी के विरुद्ध यह बचाव न रख सकेगा कि उस पर कोई बेचान या लेखक के हस्ताक्षर सच्चे या नियमित नहीं हैं।

बिल का नवकरण (Renewal of a Bill)

कभी-कभी ऐसा होता है कि जब किसी बिल का स्वीकर्त्ता या परिपक्वता दिवस पर उसका भुगतान नहीं कर पाता, तो वह लेखक से थोड़ा और समय देने की प्रार्थना करता है। यदि धारी स्वीकर्त्ता की आर्थिक अवस्था से सन्तुष्ट हो जाये तो वह इस शर्त पर उसकी प्रार्थना को स्वीकार कर लेता है कि स्वीकर्त्ता उसको बढ़ाई हुई अवधि के लिए ब्याज देगा और नये बिल की स्टाम्प फीस चुकायेगा। इस प्रकार पुराने बिल के स्थान में नया बिल लिखना उसका 'नवकरण' कहलाता है।

बिल की समाप्ति

बिल के सम्बन्ध में उसके पक्षकारों का दायित्व समाप्त हो जाने पर 'बिल की समाप्ति' कही जाती है। बिल के स्वीकर्त्ता अथवा बेचानकर्त्ता का दायित्व निम्नलिखित दशाओं में समाप्त हो जाता है :—

(१) बिल की प्रगति से भुगतान—जब बिल का लेखपात्र अथवा स्वीकर्त्ता या उनका कोई प्रतिनिधि बिल की मियाद के अनुसार अच्छी नियत से और बिना लापरवाही के बिल के धारी को उसकी प्रस्तुति पर भुगतान करदे तो बिल की समाप्ति हो जाती है। भुगतान लेते समय धारी या तो बिल पर रसीद लिखकर अथवा उसके लेख को काटकर बिल स्वीकर्ता या उसके बैंक को लौटा देता है।

(२) बिल को रद्द करना—जब किसी बिल का धारी जान बूझकर स्वीकर्त्ता या किसी बेचानकर्ता का नाम उसे और उसके अधीन अधिकार रखने वाले समस्त पक्षकारों को, दायित्व मुक्त करने के इरादे से, काट दे तो इस प्रकार नाम काटने से स्वीकर्ता या बेचानकर्ता ऐसे धारी (और उसके अधीन दावा रखने वाले व्यक्तियों) के प्रति दावे से छूट जाते हैं।

(३) बिल के पक्षकारों को मुक्त करना—बिल का धारी स्वीकर्त्ता या बेचानकर्त्ता को देनदारी से मुक्त कर सकता है। यदि धारी कुछ अन्य वस्तु बिल के भुगतान मे ले लेता है या कोई नया समझौता कर लेता है अथवा पुराने समझौते मे परिवर्तन कर लेता है, तो पक्षकारो का देनदारी से छुटकारा हो जाता है। इसी प्रकार, यदि बिल का धारी लेखपात्र को २४ घण्टे से अधिक का समय देता है और पूर्व पक्षकारों की सहमति नहो लेता तो वह धारी के ऐसे व्यवहार से मुक्त हो जाते हैं।

क्षति-पूर्ति

यदि कोई विनिमय साध्य पत्र अप्रतिष्ठित हो जाय तो दोषी पक्षकार धारी को या किसी बेचानकर्त्ता को उस पत्र का धन, ६% प्रतिवर्ष की दर से ब्याज और प्रस्तुत नोटिस व प्रोटेस्ट कराने के व्यय चुकाने का दायी होता है।

खोया बिल (Lost Bills)

यदि परिपक्वता के पहले कोई बिल खो जाय तो वह व्यक्ति, जो उसका धारी था, लेखक से उसी तिथि और मियाद का एक दूसरा बिल देने के लिए प्रार्थना कर सकता है। लेखक दूसरी प्रति देने के लिये कानूनन बाध्य है। परन्तु धारी को यह वचन देना पड़ेगा कि वह उसकी अन्य पक्षों के विरुद्ध ऐसी हानि से, जो उसे दूसरी प्रति देने से उदय हो, रक्षा करेगा।

बैंक ड्राफ्ट

बैंक ड्राफ्ट वह बिल ऑफ एक्सचेन्ज है जो बैंक द्वारा दूसरे बैंक पर लिखा जाता है। प्राय एक बैंक का प्रधान कार्यालय अपनी शाखाओ पर ऐसे बिल लिखा करता है। ये मांग पर देय होते हैं और देश-विदेशों को भुगतान भेजने के लिये काम आते हैं जो व्यक्ति किसी दूसरे शहर के किसी व्यक्ति को भुगतान भेजना चाहे, वह किसी बैंक से नकद धन एव उसका उचित कमीशन देकर आदेशानुसार बैंक ड्राफ्ट प्राप्त कर सकता है। यह बैंक ड्राफ्ट रजिस्टर्ड डाक द्वारा उस व्यक्ति को भेज दिया जायगा।

टेलीग्राफिक ट्रान्सफर

किसी देश को भुगतान भेजना हो तो बैंक ड्राफ्ट न भेजकर इस रीति से भी ऐसे किया जा सकता है। भुगतान भेजने वाला आवश्यक धन, कमीशन और खर्चे बैंक के पास जमा कर देता है और बैंक विदेश स्थित अपने प्रतिनिधि को इस आशय का केबिल भेज देती है कि भुगतान भेजने वाले के निर्देशानुसार रकम चुका दी जाये। इसे टेलीग्राफिक ट्रान्सफर कहते हैं। इसके द्वारा बहुत अल्पकाल मे भुगतान पहुँच जाता है।

बिल और चैक में अन्तर

बिल	चैक
१—इसका स्वीकरण आवश्यक है नही तो इसका कोई मूल्य नही।	१—इसके स्वीकरण का प्रश्न ही नही उठता।
२—इसका रेखाकन नही होता।	२—इसका रेखाकन किया जा सकता है।
३—इसमे किसी व्यक्ति, फर्म या कम्पनी को आज्ञा दी जाती है।	३—इसमे सदैव किसी बैंक को आज्ञा दी जाती है।
४—इसका भुगतान परिपक्वता दिवस पर होता है।	४—इसका भुगतान तुरन्त उपस्थित करने पर मिल जाता है।
५—इसके अप्रतिष्ठित होने की सूचना सभी सम्बन्धित पक्षो को देना आवश्यक है।	५—अप्रतिष्ठा की सूचना देना आवश्यक नही है।
६—यदि बिल का धारी परिपक्वता दिवस पर भुगतान के लिये प्रस्तुत नही करता तो इसके लेखक और बेचान कर्त्ताओ की देनदारी समाप्त हो जाती है।	६—यदि इसे उचित समय के भीतर बैंक की खिड़की पर भुगतान के लिये प्रस्तुत नही किया गया तो लेखक की देनदारी समाप्त नही होती।
७—परिपक्वता दिवस पर भुगतान के लिये लेखक और स्वीकर्त्ता दोनो ही दायी होते हैं।	७—यदि लेखक भुगतान रोक दे या उसकी मृत्यु हो जाये या वह दिवालिया हो जाये तो बैंक का दायित्व समाप्त हो जाता है।

बिलों के लाभ

व्यापारिक समाज को बिलों से बड़ा लाभ पहुँचता है। खरीदार और विक्रेता दोनों ही इससे लाभान्वित होते हैं। यह लाभ के निम्न विवेचन से स्पष्ट है —

(१) यह लेनदनों के निपटारा करने का सुविधाजनक और सुरक्षित साधन है। बिल का भुगतान प्राय बैंक के द्वारा किया जाता है। इस प्रकार सिक्के या नोट भेजने की आवश्यकता बच जाती है।

(२) यह भुगतान की तिथि निश्चित कर देता है और ऋण का कानूनी साक्ष्य है, जिसे न्यायालय के द्वारा निपटवाया जा सकता है।

(३) यह एक विनिमय साध्य पत्र है इसलिये बेचान एव सुपुर्दगी द्वारा एक हाथ से दूसरे हाथ ऋणों के भुगतान म गुजरता रहता है। इस प्रकार मुद्रा की बचत सम्भव हो जाती है।

(४) धारी चाहे तो किसी बैंक से इसे भुना कर परिपक्वता के पहले भी रुपया प्राप्त कर सकता है। इस प्रकार उसका काम रुकने नही पाता।

(५) स्वीकर्त्ता यानी देनदार को माल बेचने के लिये पर्याप्त समय मिल जाता है और वह इतना धन जुटा सकता है कि परिपक्वता पर उसका भुगतान कर दे।

(६) दो अलग-अलग देशों मे रहने वाले व्यक्तियों के पारस्परिक लेन-देन निबटाने मे सहायक होता है और प्रत्येक को अपने-अपने देश की मुद्रा मे भुगतान मिल जाता है।

(७) विक्रेता को यह निश्चित रूप से मालूम होता है कि उसको भुगतान कब मिलेगा। अत वह उसी प्रकार अपनी योजनायें बना सकता है और क्रेता को भी यह लाभ है कि वह बार-बार के तकाजों से बच जाता है।

(८) इनसे क्रय-विक्रय एव व्यापार को बहुत प्रोत्साहन मिलता है, क्योंकि माल उधार पर देना अधिक सरल और सुरक्षित हो जाता है।

अभ्यास के प्रश्न

१ विनिमय-साध्य पत्र से क्या आशय है? इसकी विशेषतायें लिखिये।

२ क्या किसी विनिमय-साध्य पत्र मे कोई परिवर्तन किया जा सकता है? यदि हाँ, तो इसके क्या नियम हैं?

३ धारी, मूल्यार्थधारी एव यथाविधिधारी मे भेद कीजिये।

४ बिल की परिभाषा दीजिये और इसके आवश्यक लक्षण बताइये।

५ बिल कैसे लिखा जाता है? इसका एक नमूना दीजिये।

६. निम्न मे ग्रन्तर कीजिये—

(ग्र) व्यापारिक बिल एव ग्रनुग्रह बिल ।

(ग्रा) देशी बिल एव विदेशी बिल ।

(इ) वाहक बिल एव ग्रादेशानुमान बिल ।

(ई) बिल एव चैक ।

७ बिल के भुगतान के लिये प्रस्तुति कैसे की जाती है ? क्या प्रस्तुति करना सदैव ग्रावश्यक है ?

८ बिल के नवकरण मे क्या ग्रभिप्राय है ? इसको मियाद से पहले कैसे रिटायर कराया जाता है ?

९ बिल के पक्षकारो का बिल पर क्या दायित्व है ?

१० बिल की समाप्ति कब कही जाती है ? यह किस प्रकार होती है ?

१४.

चैक
(Cheques)

परिभाषा एवं आवश्यक लक्षण

चैक एक शर्त रहित आज्ञा-पत्र है जो किसी निश्चित बैंक पर लिखा जाता है, जिस पर लेखक के हस्ताक्षर होते हैं और जिसमे बैंक को यह आदेश दिया जाता है कि वह माँग पर एक निश्चित धन राशि निश्चित व्यक्ति को अथवा उसके आदेशानुसार किसी अन्य व्यक्ति को अथवा चैक के वाहक को दे दे।

उपर्युक्त परिभाषा का विश्लेषण करने से चैक के निम्नलिखित आवश्यक लक्षण प्रगट होते हैं। यदि किसी पत्र मे ये लक्षण न हुये तो वह चैक नही कहा जा सकता—

(१) आदेश-पत्र—यह एक आदेश-पत्र है। डिपाजिटर का बैंक मे रुपया जमा है इसलिये वह जब चाहे जिसको रुपया दिला सकता है। उसका रुपया देने के लिये कहना आज्ञा के रूप मे होता है।

(२) शर्त रहित—इसका भुगतान बिना किसी शर्त पर होना चाहिये। यदि चैक का भुगतान बिना किसी शर्त पर करने का आदेश होना है तो वह चैक नही कहलायगा। उदाहरण के लिये, यदि चैक मे रुपया सतीश को देने के आदेश के साथ यह लिखा हो 'यदि वह बिल्टी दे दे' तो यह आदेश चैक नही है क्योंकि इसमे बिल्टी देने की शर्त है।

(३) लिखित—अगर रुपया दिलाने की आज्ञा मौखिक है तो उसे चैक नही कहा जा सकता।

(४) निश्चित बैंक पर—यह आवश्यक है कि लिखित आज्ञा किसी निश्चित बैंक पर ही हो। यदि वह किसी अन्य संस्था या व्यक्ति के लिये है तो उसे चैक नही कहेंगे। बैंक का नाम चैक के फार्म मे ऊपर ही छपा रहता है और यह वही बैंक होना चाहिए जिसमे ग्राहक का हिसाब खुला है। यदि ग्राहक का हिसाब पंजाब नेशनल बैंक आगरा बेलनगंज ब्रांच मे है तो वह पंजाब नेशनल बैंक आगरा रावतपाड़ा ब्रांच को चैक नही लिख सकता।

(५) लेखक के हस्ताक्षर—आज्ञा-पत्र पर ग्राहक के हस्ताक्षर होना आवश्यक है नहीं तो बैंक उसका भुगतान नहीं करेगा।

(६) निश्चित धनराशि—वह केवल रुपये की एक खास रकम चुकाने का आदेश देता है। यदि वह रुपयों के अतिरिक्त किसी अन्य वस्तु के देने के लिए कहता है या धनराशि स्पष्ट नहीं करता तो उसे चैक नहीं कहेंगे। जैसे यदि चैक में लिखा हो कि 'श्री सतीशचन्द्र मीतल को ३०० रुपये और वह घी का टिन दे दीजिए जो मैनेजर ने गत दिवस देने के लिए कहा था' या 'श्री सतीशचन्द्र को ३०० रुपए या जितना वे माँगे उतना धन दे दीजिए' तो वह चैक नहीं कहलायेगा।

(७) माँग पर भुगतान—चैक में माँगने पर तुरन्त ही रुपया देने का आदेश होना आवश्यक है। यह चैक इस प्रकार लिखा जाए कि 'श्री सतीशचन्द्र मीतल को ३०० रुपए एक महीने बाद दीजिए' तो वह गलत है।

(८) उल्लिखित व्यक्ति को भुगतान—चैक का भुगतान किस व्यक्ति को किया जाय इसका आज्ञा-पत्र में स्पष्ट उल्लेख होना आवश्यक है। चैक का रुपया या तो उस व्यक्ति को जिसका नाम उसमें लिखा है या उसके आदेशित व्यक्ति को या चैक रखने वाले को देना पड़ता है।

चैक का नमूना

जैसा कि हम जानते हैं बैंक अपने-अपने चैक[1] जारी करते हैं परन्तु चैकों का सामान्य रूप लगभग इस नमूना के अनुसार ही होता है, जो निम्न है—

Specimen of a Cheque

No K 26781 Dated *Jan 5, 1960* In favour of— *S C Mital* *Hardeoganj,* *Agra* Rs 1500 00 *S C. S*	Date *Jan 5, 1960* No 26781 **Central Bank of India Ltd** Agra Branch Pay to *S C Mital* or bearer the sum of rupees *one thousand and five hundred only* Rs 1,500 00 *S C Saksena*

१—यदि एक साधारण कागज पर चैक लिखा जाय तो वह वैध होगा परन्तु ऐसी दशा में सुरक्षा नहीं रहती, क्योंकि साधारण कागज में छपे हुए फार्म की अपेक्षा परिवर्तन सरलता से किया जा सकता है। साथ ही बैंक को सादा कागज पर लिखे गये आदेशों पर कार्यवाही करते समय असुविधा भी होती है। अतः वह ग्राहक से खाता खोलते समय ही यह शर्त कर लेता है कि वे उसके छपे फार्म पर चैक लिखकर ही रुपया निकालेंगे।

(हिन्दी रूपान्तर)

सं० क २६७८१ दिनांक—जनवरी ५, १६६० पाने वाले—सतीशचन्द्र मीतल, हरदेव गंज, आगरा। रु० १,५०० ०० मु० च० स०	मं० क २६७८१ दिनांक जनवरी ५, १९६० सैंट्रल बैंक आफ इण्डिया लि० आगरा ब्रांच श्री सतीशचन्द्र मीतल अथवा वाहक को एक हजार पांच सौ रुपए सिर्फ दीजिये। रु० १,५०० ०० सुरेशचन्द्र सक्सेना

आपने यह नोट किया होगा कि चैक में तीन पक्षकार (Parties) होते हैं—(१) लेखक (Drawer), जो चैक लिखता है और जिसका रुपया बैंक में जमा है, (२) देनदार बैंक (Drawee), जिसमें लेखक का रुपया जमा है और जिसे रुपया भुगतान करने का आदेश दिया जाता है, और (३) प्राप्तकर्त्ता (Payee), जिसके पक्ष में चैक लिखा जाता है और जिसे भुगतान पाने का अधिकार है। कभी-कभी लेखक स्वयं अपनी आवश्यकता के लिए रुपया निकालता है। ऐसी दशा में लेखक ही प्राप्तकर्त्ता भी है।

चैक लिखते समय ध्यान रखने योग्य बातें

चैक के दो भाग होते हैं—(१) चैक और प्रति-पत्रक (Counterfoil)। दोनों पर एक ही संख्या दी जाती है। प्रति-पत्रक में भी उन्हीं बातों को लिखा जाता है जो चैक में लिखते हैं। जैसे, दिनांक, प्राप्तकर्त्ता का नाम, धन राशि और चैक देने का कारण। बीच में बनी हुई छिद्र-युक्त रेखा से चैक अलग करके प्राप्तकर्त्ता को दे दिया जाता है और प्रति-पत्रक भविष्य में हवाले के लिए लेखक के पास रह जाता है। चैक लिखते समय निम्नलिखित बातों का बड़ा ध्यान रखना चाहिए—

(१) **तारीख (Date)**—चैक में तारीख लिखना आवश्यक है। यदि किसी चैक पर कोई तारीख न हो तो बैंक उस पर सही तारीख डाल सकता है। प्रायः व्यवहार में बैंक ऐसे चैकों पर "अपूर्ण" (Incomplete) लिख कर लौटा देता है। चैक को देनदार बैंक के सम्मुख प्रस्तुत करने के पहले प्राप्तकर्त्ता भी उसमें तारीख भर सकता है।

साधारणतः जिस दिन चैक लिखते हैं वही तारीख भरी जाती है। कभी-कभी चैक में आगे की तारीख डाल दी जाती है। ऐसा तब किया जा सकता है जबकि लेखक भविष्य में किसी निश्चित तारीख को रुपया अदा करना चाहता है। जब तक वह तारीख नहीं आती, उस चैक का भुगतान नहीं किया जावेगा। ऐसे चैक को 'आगामी तिथि का चैक' (Post dated cheque) कहते हैं। कुछ चैकों पर पिछली तारीख भी डाल दी जाती है। ऐसे चैक को 'पिछली तिथि का चैक' (Ante-dated

cheque) कहते हैं। ऐसे चैक का रुपया चैक पर लिखित तारीख से छः महीने के अन्दर बैंक से ले लेना चाहिए अन्यथा उसका भुगतान नहीं मिलेगा। जो चैक छः महीने पुराना हो गया हो वह बासी चैक (Stale cheque) कहलाता है। एक बासी चैक को प्राप्तकर्त्ता उसके लेखक से बदलवा सकता है या उसके बदले नगद रुपया ले सकता है।

(२) प्राप्तकर्त्ता (Payee)—जिस व्यक्ति को भुगतान दिलाना हो उसका नाम साफ-साफ लिखना चाहिए, जिससे बैंक कर्मचारियों को कठिनाई न हो। यहाँ नाम के साथ आदर सूचक शब्द (जैसे 'श्रीयुत', 'पंडित' आदि), पद और डिग्रियाँ लिखने की आवश्यकता नहीं है। यदि ग्राहक स्वयं अपने लिए रुपया लेना चाहता है, तो उसे रिक्त स्थान में 'स्वयं को' (To self) लिखना चाहिए। यदि प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे 'या आदेशानुसार' (Or order) शब्द लिखे होते हैं तो उसका भुगतान नाम लिखे व्यक्ति के आदेश पर ही किसी अन्य व्यक्ति को हो सकता है। परन्तु जब 'या वाहक' (Or bearer) शब्द लिखे हों, तो फिर उसका भुगतान किसी भी व्यक्ति को, जो चैक को भुगतान के लिए प्रस्तुत करे, किया जा सकता है चाहे उसे नाम लिखे व्यक्ति का, आदेश प्राप्त हो या नहीं। यदि किसी चैक में प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे 'वाहक को' छपा है और हम उसका भुगतान नाम लिखे व्यक्ति के आदेश पर किसी अन्य व्यक्ति को दिलाना चाहते हैं तो 'या वाहक को' काट कर उसके निकट 'या आदेशानुसार' लिख देना चाहिए। यदि किसी चैक में प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे 'या आदेशानुसार' लिखा हो और हम उसका भुगतान किसी भी व्यक्ति को (चाहे उसे नाम लिखे व्यक्ति का आदेश प्राप्त हो या नहीं) दिलाना चाहें तो 'या आदेशानुसार' शब्दों को काट कर उसके निकट 'या वाहक को' लिख देना चाहिए।

किसी-किसी बैंक के चैकों में दोनों ही शब्द छपे होते हैं, जैसे या $\frac{\text{वाहक को}}{\text{आदेशानुसार}}$ (Bearer/order)। इस दशा में अपने उद्देश्य के अनुसार ही हमें अनावश्यक शब्द काट देना चाहिए। यदि किसी चैक में प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे कोई शब्द नहीं लिखा है तो उसे आदेशानुसार चैक ही माना जावेगा। कभी-कभी प्राप्तकर्त्ता का नाम देने के बजाय किसी व्यय का अथवा कोई कल्पित नाम लिख दिया जाता है। ऐसी स्थिति में जो इसे लेकर जाता है उसको ही इसका भुगतान हो जाता है।

(३) धनराशि (Amount)—चैक द्वारा दिलाई जाने वाली रकम को बिना काटे और निश्चित रूप में लिखना चाहिए। जालसाजी से बचने के लिए धन राशि दो बार लिखी जाती है—एक बार तो चैक के मुख्य भाग में शब्दों में और दूसरी बार निचले कोने में दाईं ओर अंकों में। रकम इस प्रकार लिखनी चाहिए कि उसमें हेर-फेर का अवसर न रहे। उदाहरण के लिए, यदि 'seven' के पश्चात् जगह खाली रह जाय, तो जालसाज बड़ी आसानी से उसे 'seventy' कर सकता

है। अतः इस प्रकार जगह छोड़ना ठीक नही। इस जालसाजी से बचने के लिए रकम एक मशीन द्वारा अंकित कर दी जाती है। रकम लिखते समय इस बात की सावधानी चाहिए कि शब्दो और अंको की रकम मे कोई अन्तर नही हो। यदि दोनो मे अन्तर है, तो बैंक शब्दो मे लिखी हुई रकम सही मान सकता है। किन्तु साधारणतः बैंक ऐसे चैक का भुगतान नही करते।

(४) हस्ताक्षर (Signature)—यदि चैक पर लेखक के हस्ताक्षर न हो तो उसका भुगतान नही मिल सकता। लेखक को अपने हस्ताक्षर स्पष्ट और ठीक उसी प्रकार करने चाहिए जिस तरह उसने हस्ताक्षर पुस्तिका (Autograph book) मे नमूने के लिए किए थे। *यदि चैक के हस्ताक्षर नमूने के हस्ताक्षरो से नही मिलते* तो बैंक उसका रुपया देना मना कर सकता है। यह आवश्यक भी है, क्योंकि यदि कोई बैंक जाली या अनाधिकृत हस्ताक्षरो के आधार पर चैक का भुगतान कर देता है तो वह ऐसी रकम को ग्राहक के खाते मे नही डाल सकता जब तक यह सिद्ध न हो जाय कि स्वयं ग्राहक ने चैक के लिखने मे लापरवाही से काम लेकर जालसाजी का अवसर दिया है। अतः भुगतान करने से पहले लेखक के हस्ताक्षर बड़ी सावधानी से जाँचे जाते हैं। प्रायः यह समझा जाता है कि यदि हस्ताक्षर सजा-सजा कर और विषम रूप मे किए जायें, तो उनकी जालसाजी करना कठिन होगा। परन्तु सत्य इसके विपरीत है। बहुत बना-बनाकर किए जाने वाले हस्ताक्षरो की अपेक्षा सादे हस्ताक्षर की जालसाजी करना कठिन है। इस बात का ध्यान रहे कि हस्ताक्षर की मुहर इस्तेमाल नही करनी चाहिए, क्योंकि उनमे बैंक के लिए यह जानना कठिन होता है कि मुहर लेखक की इच्छा से लगाई है या नही। इसी प्रकार पेंन्सिल से किए गए हस्ताक्षर नही माने जाते। यदि ग्राहक चैक पर स्वयं हस्ताक्षर नही करता, तो उसकी ओर से कोई अन्य व्यक्ति चैक पर हस्ताक्षर कर सकता है बशर्ते उसे ऐसा करने का कानूनी अधिकार दे दिया गया है। इस दशा मे बैंक इस व्यक्ति के हस्ताक्षर भी नमूने के लिए अपनी हस्ताक्षर पुस्तिका में सुरक्षित रखती है। किसी सार्वजनिक संस्था या कम्पनी के अध्यक्ष को अपने हस्ताक्षर करते समय संस्था का नाम भी देना चाहिए (अपने हस्ताक्षरो के पहले न कि बाद में) ताकि यह प्रगट हो जाय कि वह अपनी या संस्था की ओर से हस्ताक्षर कर रहा है व्यक्तिगत रूप में नही।

वाहक एवं आदेशानुसार देय चैक

जैसा कि हमने आपको चैक की परिभाषा देते समय बतलाया था, चैक वाहक हो सकता है या आदेशानुसार। वाहक चैक (Bearer Cheque) वह है जिसका रुपया बैंक किसी भी व्यक्ति को, जो उसे भुगतान के लिए प्रस्तुत करे, दे देगा। यदि कोई गलत व्यक्ति बैंक से चैक का रुपया भुना ले तो बैंक इसके लिये उत्तरदायी न होगा। ऐसा चैक जिस किसी भी व्यक्ति के पास किसी समय में होगा वही उसका वैध स्वामी माना जायेगा और वही बैंक से उस चैक का

भुगतान ले सकेगा। ऐसा चैक किसी अन्य व्यक्ति को दे देने से ही उसे चैक का कानूनन अधिकारी बनाया जा सकता है, उस पर बेचान करने की आवश्यकता नही है। भारत में यह प्रथा है कि बैंक ऐसे वाहक चैकों का भुगतान करते समय उनके पीछे रुपया पाने वाले के हस्ताक्षर भी करा लेते हैं। यह हस्ताक्षर वास्तव मे रुपयों की प्राप्ति के लिये रसीद स्वरूप होते हैं और इसमें हमें कोई हिचकिचाहट नही होनी चाहिए।

आदेशानुसार चैक (Order Cheque) वह है जिसका रुपया केवल वही व्यक्ति जिसका नाम चैक मे लिखा है या उसकी आज्ञा प्राप्त कोई अन्य व्यक्ति ही ले सकता है। प्राय इसी तरह के चैक लिखे जाते है। ऐसे चैकों मे प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे "Or order" शब्द लिखे होते हैं। यदि चैक पर प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे कुछ न लिखा हो तो भी वह आदेशानुसार ही समझा जाता है। आदेशानुसार चैक को चलाने के लिए उसे किसी व्यक्ति को केवल सुपुर्द कर देना मात्र ही पर्याप्त नही है अपितु उस पर उस व्यक्ति के पक्ष में बेचान करने की भी आवश्यकता होती है। बैंक से भुगतान लेने के लिए भी आदेशानुसार चैक पर प्रस्तुतकर्त्ता को बेचान लिखना आवश्यक है। भुगतान करने वाले बैंक का कर्तव्य है कि वह यह देख ले कि चैक पर समस्त बेचान ठीक तरह से हो रहे हैं और रुपया पाने वाला सही व्यक्ति है।

वाहक और आदेशानुसार चैक मे अन्तर

वाहक चैक	आदेशानुसार चैक
१—इसमें प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे 'या वाहक को' लिखा होता है।	१—इसमें प्राप्तकर्त्ता के नाम के आगे प्रायः 'या आदेशानुसार' लिखा होता है।
२—इसका भुगतान कोई भी व्यक्ति ले सकता है चाहे उसको प्राप्तकर्त्ता का आदेश प्राप्त हो या न हो।	२—इसका भुगतान केवल वही व्यक्ति ले सकता है जिसका नाम प्राप्तकर्त्ता के स्थान मे लिखा हुआ है अथवा कोई ऐसा व्यक्ति ही ले सकता है जिसे प्राप्तकर्त्ता का आदेश प्राप्त हो।
३—किसी अन्य व्यक्ति को अधिकार देने के लिए चैक का केवल सुपुर्द कर देना ही पर्याप्त है।	३—इसके लिए सुपुर्दगी के अतिरिक्त बेचान करना भी आवश्यक होता है।
४—भुगतान लेते समय भुगतान लेने वाले को जो हस्ताक्षर इस चैक पर करने पड़ते हैं वे रुपया पाने की रसीद स्वरूप होते हैं।	४—भुगतान लेते समय भुगतान लेने वाला इस चैक पर जो हस्ताक्षर करता है वह बेचान के रूप में होते हैं।

५—बैंक पर सही व्यक्ति को भुगतान करने का दायित्व नही आता।	५—इसके लिये बैंक का यह कर्त्तव्य है कि वह इस बात को देखे कि चैक पर उचित बेचान हो और भुगतान सही व्यक्ति को किया जा रहा हो।
६—यह सुरक्षित नही है।	६—यह अधिक सुरक्षित है।

चेक पर बेचान लिखना

अर्थ एव उद्देश्य—किसी विनिमय साध्य रक्के (चैक, बिल, हुण्डी आदि की पीठ पर+ प्राप्तकर्त्ता या अन्य कोई व्यक्ति, जो उस समय उसका अधिकारी हो, अपना रुपया पाने का अधिकार किसी दूसरे व्यक्ति को हस्तातरित करने के उद्देश्य से हस्ताक्षर करता है तो उस लेख को बेचान लेख (Endorsement) कहते हैं। जो व्यक्ति बेचान लिखता है उसे बेचानकर्त्ता (Endorser) और जिस व्यक्ति के पक्ष मे बेचान किया जाए उसे बेचान-पात्र (Endorsee) कहा जाता है। प्राप्तकर्त्ता सबसे पहला बेचान लिखता है। बेचान-पात्र चाहे तो आगे भी अन्य व्यक्ति को पुन बेचान कर सकता है। रक्के पर बेचान लिखाने के बाद उसकी सुपुर्दगी कर देने से अधिकार का हस्तान्तरण पूर्ण हो जाता है। यदि केवल बेचान लिख दिया जाय किन्तु सुपुर्दगी न की जावे तो बेचान का उद्देश्य (अर्थात् रुपया पाने का अधिकार हस्तातरित करना) पूरा न होगा। जैसा कि हमने ऊपर बताया है, वाहक चैक का रुपया पाने का अधिकार हस्तातरित करने के लिये बेचान की आवश्यकता नही है परन्तु आदेशानुसार चैक के सम्बन्ध म उसकी आवश्यकता है जिससे देनदार बैंक को यह मालूम हो जाये कि आदेश किस व्यक्ति के लिये है।

बेचान का प्रभाव—जब किसी चैक या अन्य विनिमय साध्य रक्के पर बेचान लिख कर बेचान-पात्र को सुपुर्द कर दिया जाये तो उसका स्वामित्व, पुन बेचान करने के अधिकार समेत, बेचान-पात्र को प्राप्त हो जाता है। बेचानकर्त्ता चाहे तो बेचान-पात्र के पुन बेचान करने के अधिकार को सीमित कर सकता है। बेचान-कर्त्ता चैक पर बेचान करके बेचान-पत्र को इस बात का आश्वासन देता है कि जब उसने चैक पर बेचान किया था तब उसका सारा ब्योरा सही था और उस पर यदि कोई बेचान पहले से हो रहे हैं तो वे भी सत्य हैं। इसके अतिरिक्त जब एक आदेशानुसार चैक बैंक मे दिया जाता है तो बेचान-लेख भुगतान करने वाले बैंक के लिए इस बात का साक्षी प्रदान करता है कि उसने अपने ग्राहक के आदेशो का पालन किया है और चैक भुगतान के प्रमाण का काम देता है। यह उल्लेखनीय है कि देनदार बैंक से यह आशा नही की जाती है कि वह प्रत्येक बेचानकर्त्ता के हस्ताक्षरो से परिचित होगा अत. यदि कोई बैंक निर्दोष भाव से किसी चैक का, जिस पर बेचान नियमित रूप से

+बेचान लेख चैक के सम्मुख भाग पर भी वैध रूप से किया जा सकता है। परन्तु प्राय पीठ पर करना ही सुविधाजनक है।

किया गया प्रतीत होता है, भुगतान कर देता है तो वह किसी हानि के लिए दायी न होगा भले ही बेचान जाली हो। उदाहरण के लिए, किसी आदेशानुसार चैक का प्राप्तकर्त्ता मोहनलाल है। यह चैक उसके यहाँ से चोरी चला जाता है और चोर मोहनलाल की ओर से अपने पक्ष मे बेचान स्वय बनाकर भुगतान प्राप्त कर लेता है। जाली बेचान बिल्कुल नियमित जँचता है और प्राप्तकर्त्ता की ओर से किया गया प्रतीत होता है। ऐसी दशा मे मोहनलाल बैंक को अपनी हानि के लिए दायी नही ठहरा सकता।

बेचान करने का ढङ्ग—प्राय बेचान चैक की पीठ पर किया जाता है। यह दूसरा व्यक्ति किसी तीसरे व्यक्ति के लिए और तीसरा व्यक्ति चौथे के लिए इस प्रकार कितनी ही प्रकार बेचान हो सकता है। यदि चैक की पीठ पर अगला बेचान करने के लिये स्थान खाली न हो तो कागज की एक चिट चैक के किनारे से जोड़ी

(चैक की पीठ)
रामकुमार को दीजिए
मोहनलाल
श्यामलाल को दीजिए
रामकुमार

जा सकती है और बेचान इस तरह करना चाहिए कि हस्ताक्षर का कुछ भाग चैक पर अवश्य आये। इस प्रकार बढाई गई चिट को सयुक्त-पत्र (Allonge) कहते है। इसमे बेचान की सच्चाई के बारे मे सन्देह नही होता।

बेचान बडी सावधानी से लिखना चाहिये, क्योंकि यदि बेचान-लेख (Endorsement) मे कोई गलती है तो बैंकर चैक का भुगतान नही करेगा। इस सम्बन्ध मे निम्नलिखित बाते याद रखनी चाहिये —

(१) बेचान स्याही से करना चाहिए। बेचान पेन्सिल से भी किया जा सकता है परन्तु बैंक ऐसा बेचान इस कारण स्वीकार नही करते कि उसमे उसके मिट जाने का भय रहता है। रबड की मुहर किया गया बेचान भी उचित नही है।

(२) बेचानकर्त्ता को चाहिए कि वह अपने हस्ताक्षर उन्ही वर्णाक्षरो मे करे, जिनमे कि लेखक ने या पहले वाले बेचानकर्त्ता ने उसके नाम चैक लिखा है। यदि लेखक या पहले वाले बेचानकर्त्ता ने कोई गलती कर दी है तो ऐसी ही गलती इस बेचानकर्त्ता को भी करनी चाहिए। हाँ, यदि वह चाहे तो अपना सही नाम भी साथ मे लिख सकता है। उदाहरण के लिए, यदि कृष्णकुमार का नाम चैक मे किशनकुमार लिखा है तो उसे इस प्रकार हस्ताक्षर करना चाहिए —

किशनकुमार (कृष्णकुमार)

(३) बेचान करते समय आदर सूचक शब्द जैसे श्री, लाला, बाबू आदि स्तेमाल नही करना चाहिए। यदि हस्ताक्षरो मे कोई आदर सूचक शब्द जुड़े हैं तो उनमे यह प्रगट होता है कि बेचानकर्त्ता ने स्वय बेचान नहीं किया है। हाँ बेचानकर्त्ता की ओर से जब उसका प्रतिनिधि हस्ताक्षर कर रहा हो तो वह अपने स्वामी के नाम से आदर सूचक शब्द प्रयोग कर सकता है, यथा—

श्री विशनकुमार के लिये,
मोहनलाल,
सेक्रेटरी,

(४) उपाधियाँ एव पद जैसे कैप्टिन, डाक्टर आदि नाम के आगे बढाये जा सकते हैं। जैसे कैप्टिन एल० पी० माथुर इस प्रकार बेचान करेंगे —

एल० पी० माथुर, कैप्टिन

(५) जब विवाहित स्त्रियो का नाम उनके पति के नाम के आगे श्रीमती लगाकर लिखा जाता है तो उनको चाहिए कि चैक का बेचान करते समय अपना वास्तविक नाम लिखकर ऐसा वाक्य भी लिख देना चाहिये जिससे यह प्रगट हो जाय कि वह अमुक व्यक्ति की पत्नी है। उदाहरण के लिए, एक चैक मे श्रीमती सुरेशचन्द्र सक्सेना प्राप्तकर्त्ता हैं। इन्हे बेचान करते समय अपना हस्ताक्षर इस प्रकार करना चाहिए :—

ललिता सक्सेना,
पत्नी श्री सुरेशचन्द्र सक्सेना।

(६) यदि कोई चैक किसी अविवाहिता स्त्री के लिए उसके विवाह के पूर्व के नाम से काटा गया हो तो विवाह के पश्चात् बेचान करते समय उसे अपना वर्तमान नाम लिखकर विवाह पूर्व का नाम भी लिखना चाहिए। अंग्रेजी मे विवाह पूर्व के नाम के पहले 'Nee' शब्द जोड देते हैं हिन्दी मे 'पूर्व' शब्द का प्रयोग किया है। उदाहरण के लिए एक चैक कुमारी लता अग्रवाल के नाम लिखा गया था। इनका विवाह मित्तल परिवार मे होने से वे अब श्रीमती लता मित्तल लिखती है। ऐसी दशा मे उनको बेचान इस प्रकार करना चाहिए—

लता मित्तल,	Lata Mital,
पूर्व अग्रवाल।	Nee Agarwal

(७) यदि कोई अपढ आदमी बेचान करता है तो वह बेचान अगूठे की निशानी से कर सकता है परन्तु इस दशा मे उसको किसी पढे-लिखे प्रतिष्ठित व्यक्ति से गवाही करा लेनी चाहिए, जैसे

बलराम का अगूठा चिह्न

गवाह
सतीशचन्द्र मित्तल
बेलनगंज,
आगरा।

(८) यदि चैक का प्राप्तकर्त्ता अथवा कोई अन्य व्यक्ति, जो उस समय चैक का स्वामी हो, स्वयं बेचान नही करता अपितु उसकी ओर से उसका कोई प्रतिनिधि बेचान करता है तो उसे चाहिये कि बेचान करते समय वह इस बात को स्पष्ट कर दे कि अमुक व्यक्ति की ओर से बेचान किया जा रहा है। इसके लिये उसे 'ओर से' (Per-Pro) या 'के लिये' (For) प्रयोग करना चाहिये। उदाहरण के लिए, राम ब्रादर्स की ओर से उसका मैनेजर मोहनलाल इस प्रकार बेचान करेगा :—

राम ब्रदर्स की ओर से,	Per Pro Ram Bros
मोहनलाल,	Mohan Lal,
मैनेजर	Manager

(९) फर्मों का बेचान बिल्कुल उस विवरण के अनुसार होना चाहिए जो चैक के लेख मे लिखा है, जैसे किसी चैक के प्राप्तकर्त्ता सर्व श्री मूलचन्द मोहनलाल एण्ड कम्पनी है तो बेचान इस प्रकार करना चाहिए—

मूलचन्द मोहनलाल एण्ड कम्पनी

कोई भी साझेदार उक्त बेचान लिख सकता है। इस बात को स्पष्ट करने के लिए कि अमुक साझेदार ने बेचान किया था, बेचान लिखने वाला साझेदार अपना नाम भी दे देता है, यथा—

मूलचन्द मोहनलाल एण्ड कम्पनी,
मूलचन्द
साझेदार

(१०) यदि कोई चैक संयुक्त रूप से दो या अधिक व्यक्तियों के लिए लिखा गया है और प्रत्येक का नाम भी अलग-अलग दिया गया हो तो चैक का बेचान करते समय उनको अलग-अलग हस्ताक्षर करने चाहिए। यदि एक व्यक्ति को ही अन्य सब व्यक्तियों की ओर से हस्ताक्षर प्राप्त करने का अधिकार प्राप्त हो तो बात दूसरी है। जैसे, किसी चैक के प्राप्तकर्त्ता श्यामलाल मोहनलाल घनश्यामदास हैं तो इनको इस प्रकार बेचान करना चाहिए—

श्यामलाल
मोहनलाल
घनश्यामदास

(११) यदि कोई चैक किसी लिमिटेड कम्पनी के नाम हो अथवा किसी सभा समिति या संस्था के नाम हो तो बेचान करने वाला अधिकारी अपने हस्ताक्षर के नीचे अपना पद भी लिख देता है। हस्ताक्षर के पहले संस्था, समिति या कम्पनी का नाम देना जरूरी है नही तो वह हस्ताक्षर व्यक्तिगत माने जायेंगे और इसलिये अनियमित होंगे जैसे,

कानपुर कॉटन मिल्स लिमिटेड,
मोहनलाल,
सेक्रेटरी (या डाइरेक्टर या मैनेजर)
अग्रवाल इण्टर कालेज के लिए,
जयकिशन,
प्रिन्सिपल।

बेचान लेख के भेद

भिन्न-भिन्न परिस्थितियों में भिन्न-भिन्न प्रकार बेचान किये जाते हैं। साधारणतया बेचान लेख के भेद निम्न प्रकार हैं

(१) रिक्त या साधारण बेचान (Blank or General Endorsement)।
(२) पूर्ण या विशेष बेचान (Full or Special Endorsement)।
(३) प्रतिबन्धयुक्त बेचान (Restrictive Endorsement)।
(४) आंशिक बेचान (Partial Endorsement)।
(५) दायित्व रहित बेचान (Sans Recourse Endorsement)।
(६) शर्त सहित बेचान (Conditional Endorsement)।

बेचान रिक्त, कोरा खुला या साधारण कहा जाता है जबकि बेचानकर्त्ता किसी चेक या अन्य विनिमय साध्य रुक्के की पीठ पर केवल अपने हस्ताक्षर कर देता है और बेचान-पात्र का नाम नहीं देता। यदि किसी चेक पर रिक्त बेचान हो रहा है तो उसका रुपया कोई भी व्यक्ति जो भुगतान के लिए चेक बैंक में प्रस्तुत करे, ले सकता है। इस तरह एक आदेशानुसार चेक रिक्त बेचान करके पुन: वाहक चेक बनाया जा सकता है और फिर वह बेचान के बिना केवल सुपुर्दगी द्वारा हस्तांतरित किया जा सकता है।

दीजिये
सुरेशचन्द्र सक्सेना

पूर्ण या विशेष बेचान तब कहा जाता है जबकि बेचानकर्त्ता किसी चेक या अन्य विनिमय साध्य रुक्के की पीठ पर अपने हस्ताक्षरों के ऊपर उस व्यक्ति का नाम भी निर्दिष्ट कर देता है जिसे या जिसके आदेशानुसार वह रुपया दिलाना चाहता है। रिक्त बेचान में हस्ताक्षरों के ऊपर अपना या किसी दूसरे व्यक्ति का नाम लिख कर वर्तमान बेचान-पात्र उसे पूर्ण बेचान-लेख बना सकता है। पूर्ण बेचान वाला चेक आदेशानुसार देय होता है अतः आगे चलाने के लिए उस पर पुन: बेचान लिखने की आवश्यकता पड़ेगी।

दीजिये सतीश को या आदेशानुसार

सुरेशचन्द्र सक्सेना

प्रतिबन्धयुक्त बेचान—वह है जिसके द्वारा बेचानकर्त्ता किसी चैक या बिल का आगे बेचान करना रोक देता है या जिसमें यह संकेत होता है कि बेचान लेख स्वामित्व का हस्तान्तरण नहीं करता केवल चैक को बेचानकर्त्ता के निर्देशानुसार प्रयोग करने का अधिकार मात्र ही प्रदान करता है। दूसरे शब्दों में, यह कह सकते हैं कि ऐसा बेचान-लेख उस रुक्के की विनिमय-साध्यता को सीमित कर देता है।

केवल सतीशचन्द्र मीतल को दीजिये
सुरेशचन्द्र सक्सेना
अथवा
सतीशचन्द्र मीतल को या आदेशानुसार
संग्रह के लिए दीजिए
सुरेशचन्द्र सक्सेना
अथवा
रामलाल के लिए सतीशचन्द्र मीतल को दीजिये
सुरेशचन्द्र सक्सेना

आंशिक बेचान से अभिप्राय उस बेचान लेख का है जिसके द्वारा चैक या अन्य विनिमय-साध्य रुक्के में लिखित रकम के केवल एक अंश देने का ही निर्देश किया जाय। यह बेचान उस अवस्था में किया जाता है जबकि चैक के अधिकारी को या तो कुछ रकम पहले ही नगद या अन्य रूप में दी गई हो या किसी कारण से चैक की कुछ रकम का एक अंश ही भुगतान करना हो। ऐसे बेचान से बेचानकर्त्ता, देनदार बैंक तथा बेचान पात्र सभी को झंझट होता है, इसलिए ऐसे बेचान का चलन नहीं है।

सतीशचन्द्र मीतल को या आदेशानुसार
केवल दो सौ रुपए दीजिए
सुरेशचन्द्र सक्सेना

शर्त युक्त बेचान—वह है जिसमें किसी शर्त के पूरा होने पर ही भुगतान करने का निर्देश हो। हमने चैक की परिभाषा करते समय आपको यह बताया था कि चैक एक शर्त रहित आज्ञा-पत्र है और बैंक केवल शर्त रहित आदेश के पालन करने के लिये ही उत्तरदायी है। अतः शर्तयुक्त बेचान वाले चैक का भुगतान देने के लिए बैंक मना कर सकता है।

> सतीशचन्द्र मीतल को दीजिये
> यदि वे आपको बिल्टी दे दें
> सुरेशचन्द्र सक्सेना

दायित्व रहित बेचान—जब चैक पर बेचान किया जाता है तो चैक का भुगतान मिलने पर यदि चैक रखने वाला व्यक्ति अपने बेचानकर्ता से उसका भुगतान करने के लिए कहे तो वह ऐसा कर देगा। यदि कोई बेचानकर्ता अपने इस दायित्व से मुक्त होना चाहता है तो वह अपने हस्ताक्षरों में 'बिना मेरे दायित्व के' (Without recourse to me) लिखकर मुक्त हो सकता है। ऐसे बेचान को 'दायित्व रहित बेचान' कहते हैं।

चैक को रेखांकित करना (Crossing a Cheque)

रेखाकन की आवश्यकता

वाहक चैक का भुगतान कोई भी व्यक्ति (जो उसे बैंक में उपस्थित करे) ले सकता है लेकिन आदेशानुसार चैक का भुगतान प्रत्येक व्यक्ति को नहीं मिलता। केवल वही व्यक्ति, जिसका कि नाम चैक में दिया गया है या जिसने इस व्यक्ति से आदेश ले लिया है, उस चैक का भुगतान ले सकता है। इस तरह यह साफ प्रगट है कि वाहक चैक आदेशानुसार चैक से कम सुरक्षित है। लेकिन आदेशानुसार चैक में इस बात का डर रहता है कि कोई गलत व्यक्ति बेईमानी से चैक को हथिया कर जाली बेचान दिखाकर बैंक से रुपया प्राप्त न कर ले, क्योंकि बैंक तो प्राप्तकर्ता या बेचानकर्ता के हस्ताक्षरों से परिचित होता नहीं। बैंक को डाक से भेजते समय ऐसा खतरा बहुत रहता है। अतः इस बात की आवश्यकता है कि चैक अधिक सुरक्षित बनाया जाय। अधिक सुरक्षित बनाने के लिए चैकों को रेखांकित किया जाता है।

रेखाकन का अर्थ और उसका प्रभाव

किसी चैक पर दो समानान्तर तिरछी रेखायें बिना कुछ शब्दों के अथवा कुछ शब्दों सहित खींच देना ही 'चैक को रेखांकित' करना कहते हैं और ऐसा चैक जिस पर रेखांकन किया गया हो रेखांकित चैक (Crossed Cheque) कहलाता है।*

---

* जिन चैकों पर किसी प्रकार का रेखांकन नहीं है या रेखांकन यदि था तो लेखक ने उसे काट कर 'नगद दीजिए' लिखकर अपने हस्ताक्षर कर दिए हैं, उन्हें खुले चैक (Open Cheque) कह सकते हैं। इनका भुगतान बैंक से नगद उसकी खिड़की पर मिल सकता है।

सं० १३५६२१ दिनाक—जनवरी १, १९६१

सेण्ट्रल बैंक ऑफ इण्डिया लि०

आगरा ब्रांच

श्री मोहनलाल अग्रवाल को या आदेशानुसार

केवल पांच सौ पच्चीस रुपए दीजिए ।

मोहनलाल

रु० ५२५.००

चैक को रेखांकित करने का यह प्रभाव होता है कि प्राप्तकर्त्ता या बेचानपात्र या कोई अन्य धारक उसका भुगतान नगद बैंक की खिड़की पर नहीं ले सकता। उसे चैक का भुगतान किसी बैंक के द्वारा मिलेगा। यदि उसका उसी बैंक या किसी अन्य बैंक मे खाता खुला है, तो यह चैक उस खाते मे संग्रह के लिए जमा कर देना चाहिए। यह बैंक देनदार बैंक मे रुपए लेकर उसके खाते मे जमा कर देगा और तब वह अपने खाते से अलग चैक काट कर रुपया निकाल सकता है। यदि प्राप्तकर्त्ता या बेचान-पात्र अथवा धारक का किसी बैंक मे खाता नही है तो उसे किसी ऐसे परिचित व्यक्ति को खोजना पडेगा, जिसका बैंक मे खाता हो, क्योंकि बैंक किसी अपरिचित व्यक्ति के लिए, जिसका खाता नही है, भुगतान संग्रह करने के लिए तैयार नही होते। अत उसे अपना चैक उस व्यक्ति को बेचान करके देना पडेगा, जो बदले मे नगद रुपया दे देगा और वह व्यक्ति इस चैक को अपने खाते मे संग्रह के लिए जमा करा देगा।

इस तरह यदि कोई गलत व्यक्ति चैक पर कब्जा प्राप्त कर ले और जाली बेचान करके देनदार बैंक से रुपया पाना चाहे, तो उसे वह चैक किसी बैंक के द्वारा, जिसमे खुद उसका या उसके किसी परिचित व्यक्ति का खाता है, भुगतान के लिए भेजना होगा। जांच होने पर इस बैंक से यह पता लग सकता है कि अमुक व्यक्ति के लिए चैक का भुगतान लिया गया था और इस तरह उसे गिरफ्तार किया जा सकता है।

चैक करेंसी नोटो की तरह कानूनी मुद्रा तो होते नहीं, अत रेखांकित चैक लेना अस्वीकार कर सकते हैं अथवा लेखक से यह प्रार्थना की जा सकती है कि वह खुला चैक ही दे।

रेखांकन के भेद

रेखांकन दो तरह का होता है—(१) साधारण रेखांकन और (२) विशेष रेखांकन। यदि चैक को रेखांकित करते समय रेखाओं के बीच मे किसी बैंक का नाम भी दे दें, तो इसे 'विशेष रेखांकन' (Special Crossing) कहते हैं। विशेष रूप मे

रेखांकित चेक का रुपया केवल उस बैंक के द्वारा ही प्राप्त किया जा सकता है, जिसका नाम रेखाओं के अन्दर दिया गया है। यदि रेखाओं के बीच किसी विशेष बैंक का नाम न दिया जाय, तो उसे रेखांकन को 'साधारण रेखांकन' (General Crossing) कहते है। साधारण रूप से रेखांकित चेक का रुपया किसी भी बैंक के द्वारा प्राप्त किया जा सकता है।

रेखांकन के अन्दर के कुछ शब्द

कभी-कभी रेखाओं के बीच में कुछ शब्द लिख दिये जाते हैं। ये शब्द दोनों ही तरह के रेखांकन में प्रयोग किये जा सकते है। इसका अर्थ एवं प्रभाव नीचे बताया गया है।

'प्राप्तकर्त्ता के हिसाब मे ही जमा करो' (Account Payee only)—इन शब्दों से देनदार बैंक को यह सूचना दी जाती है कि चेक का रुपया प्राप्तकर्त्ता के हिसाब मे ही जमा किया जाय। जब रेखाओं के बीच मे इस तरह से शब्द लिखे हों तो देनदार बैंक का यह कर्तव्य है कि भुगतान लेने वाले बैंक से इस बात का आश्वासन ले ले कि वह चेक का रुपया प्राप्तकर्त्ता को नगद न देकर अपने यहाँ खुले उसके हिसाब मे ही जमा करेगा।

'एवं कम्पनी' (& Co)—इन शब्दों को लिखना एक पुरानी प्रथा है। इनके लिखने का कोई महत्व नही है।

'रुपयों से अधिक नहीं' (Under Rs)—ये शब्द देनदार बैंक को यह सूचना देने के लिये लिखे जाते हैं कि चेक का भुगतान अमुक रकम से अधिक न हो। इसका उद्देश्य चेक की रकम मे जालसाजी का अवसर कम करना है। इन शब्दों का रेखांकन से कोई सम्बन्ध नही है।

'अविनिमय साध्य'—यदि रेखाओं के बीच 'अविनिमय साध्य' लिखा है, तो इसका यह अर्थ नही है (जैसा कि बहुधा लोग समझते है) कि ऐसे चेक का विनिमय या हस्तांतरण (tranfer) नही हो सकता है। इसका केवल यह आशय है कि **हस्तांतरण द्वारा चेक पाने वाले व्यक्ति का चेक पर वैसा ही अधिकार (Title) होगा जैसा कि देने वाले का है।** यदि देने वाले का अधिकार दूषित है तो पाने वाले का अधिकार भी अपने आप दूषित होगा। साधारणतः चेक, बिल आदि विनिमय साध्य इसके माने जाते हैं, जिनकी यह विशेषता है कि इनके पाने वाले का अधिकार ठीक माना जायगा यदि उसने (अ) पूर्ण विश्वास के साथ (in good faith), (आ) प्रतिफल (for consideration) और (इ) ठीक स्वरूप (complete form) में प्राप्त किया है, भले ही देने वाले का अधिकार दूषित क्यों न रहा हो।

उदाहरण के लिये, सुरेश सक्सेना ने श्री सतीशचन्द्र को एक रेखांकित चेक लिख कर दिया। मोहन यह चेक सतीशचन्द्र के घर से चुरा ले जाता है तथा उस पर सतीशचन्द्र की ओर से किसी घनश्याम के पक्ष में जाली बेचान करके अपना नाम

रेखाकन के नमूने

सामान्य रेखाकन

१	२	३	४	५
	प्रविनिमय साध्य	एण्ड कम्पनी	प्रविनिमय साध्य एण्ड कम्पनी	चालीस रुपये के अन्तर्गत

६	७
प्रविनिमय साध्य चालीस रुपए के अन्तर्गत	केवल पाने वाले के खाते मे

विशेष रेखाकन

१	२	३
सैन्ट्रल बैंक लि०	सैन्ट्रल बैंक लि० प्रविनियम साध्य	सैन्ट्रल बैंक लि० केवल पाने वाले के खाते मे प्रविनिमय साध्य

घनश्याम बता कर किसी व्यापारी को खरीदे हुए माल के भुगतान में दे देता है। यह व्यापारी चैक का रुपया पाने के लिये उसे अपने बैंक में जमा करता है, जो देनदार बैंक से रुपया संग्रह करके उसके खाते में जमा कर देता है। जाँच होने पर पुलिस को यह पता लगता है कि देनदार बैंक से उस चोरी गये चैक का रुपया अमुक बैंक ने संग्रह किया है। इस बैंक से पूछ ताछ होने पर उसे मालूम हो जायगा कि रुपया अमुक व्यापारी के लिये प्राप्त किया गया था। मुकदमा चलने पर यह व्यापारी निम्न बातें सिद्ध करके बच जायगा—कि उसने चैक पूर्ण विश्वास के साथ, प्रतिफल में और ठीक स्वरूप में प्राप्त किया था। सरल शब्दों में, उसे यह सिद्ध करना पड़ेगा कि उसने चैक मूल्य देकर पाया था, उसे चोरी का पता न था और चैक पर बेचान आदि नियमित था। इस प्रकार सतीशचन्द्र को हानि उठानी पड़ेगी। उधर मोहन चैक के धन से मौज करेंगे। शायद पुलिस उनके वास्तविक नाम व पते का पता भी न लगा सके। परन्तु जब चैक पर रेखाओं के बीच में 'अविनियम साध्य' शब्द भी लिखा हो तो व्यापारी का यह तर्क नहीं सुना जायगा कि उन्होंने चैक पूर्ण विश्वास के साथ, प्रतिफल में और ठीक स्वरूप में पाया है। उनका अधिकार दूषित ही माना जायेगा क्योंकि जिस व्यक्ति से उन्होंने चैक लिया है। उसका अधिकार भी दोषपूर्ण है। इस प्रकार व्यापारी चैक का रुपया सतीशचन्द्र को चुकाने के लिए बाध्य होगा और खुद मोहन से रुपया वसूल करने का अधिकारी होगा यदि उसका पता लग जाय। अतः अविनिमय साध्य रेखांकित चैक प्राप्तकर्त्ता के लिये अधिक सुरक्षित है। हमें किसी अपरिचित व्यक्ति से ऐसा चैक स्वीकार न करना चाहिए।

चैक के रेखांकन का अधिकार—निम्नलिखित व्यक्ति चैक पर रेखांकन निम्न प्रकार से कर सकते हैं —

(१) लेखक चैक पर विशेष या साधारण रेखांकन कर सकता है।

(२) यदि चैक रेखांकित न हो, तो उसका धारक उस पर साधारण या विशेष रेखांकन कर सकता है।

(३) यदि चैक पर पहले से ही साधारण या विशेष रेखांकन हो रहा है तो धारक 'अविनिमय साध्य' शब्द जोड़ सकता है।

(४) यदि किसी चैक पर साधारण रेखांकन हो रहा है तो धारक उस पर किसी बैंक का नाम जोड़कर उसे विशेष रेखांकन बना सकता है।

(५) यदि किसी चैक पर विशेष रेखांकन हो रहा है तो वह बैंक, जिसके पक्ष में चैक इस प्रकार रेखांकित किया है, उसे पुनः किसी अन्य बैंक को संग्रह के लिये विशेष रूप से रेखांकित कर सकता है।

(६) यदि कोई चैक सादा (uncrossed) है अथवा जिस पर साधारण रेखांकन हो रहा है, किसी बैंक को संग्रह के लिये भेजा जाय तो वह उसे अपने पक्ष में विशेष रूप से रेखांकित कर सकता है।

रेखाकन का रद्द करना—यदि लेखक किसी रेखाकन को रद्द करना चाहे तो वह उस चैक पर खिंची हुई रेखाओं को काट कर 'नगद भुगतान कीजिए' (Pay Cash) शब्द लिख कर अपने हस्ताक्षर करके ऐसा कर सकता है। ऐसा हो जाने पर उसे एक सादा एव वाहक चैक समझा जायेगा अर्थात् जो व्यक्ति चैक को बैंक की खिड़की पर भुगतान के लिए प्रस्तुत करेगा उसे नगद दे दिया जायेगा। प्राप्तकर्ता (Payee) को रेखाकन के रद्द करने का अधिकार नही है। यदि उसका किसी बैंक मे खाता नही है तो वह लेखक से अपनी सुविधा के लिये रेखाकन रद्द करा सकता है। यदि किसी बैंक ने चैक को वसूल करने के लिये उस चैक का रेखाकन कर दिया है तो वह उस रेखाकन को चैक की पीठ पर "Our all stamps cancelled" शब्द लिख करके रद्द कर सकता है।

रेखाकित चैक और बैंक

बैंकर को रेखाकित चैक का भुगतान करते समय यह देख लेना चाहिए कि वह किसी बैंक के द्वारा ही सग्रह के लिए आया हो। यदि चैक पर विशेष रेखाकन है, तो उसे उस विशेष बैंक को ही भुगतान करना चाहिए जिसका नाम रेखाओं मे दिया है। यदि वह रेखाओं की अवहेलना करता है तो उसे ग्राहक के प्रति उसकी हानि भरने के लिए दायी होना पड़ेगा। यदि किसी चैक पर रेखाकन इस प्रकार मिट सा गया है कि साधारण निगाह डालने से यह पता नही चलता कि उस पर कोई रेखाकन है भी या नहीं और बैंकर निर्दोष भाव से उसका भुगतान कर देता है तो वह किसी हानि के लिए दायी न होगा। इसी प्रकार रेखाकित चैक का रुपया संग्रह करने वाला बैंक भी हानि के लिए दायी न होगा यदि वह अपने ग्राहक के लिये (जो वास्तविक प्राप्त अधिकारी नही है) निर्दोष भाव से बिना लापरवाही के और अपने कार्य की साधारण प्रगति मे उस चैक का धन संग्रह कर लेता है।

चिन्हित चैक (Marked Cheque)—चिन्हित चैक वह है जिस पर देनदार बैंक ने हस्ताक्षर कर दिया है। अपना हस्ताक्षर करके बैंक यह प्रगट करता है कि उसके पास लेखक के जमा मे पर्याप्त धन है और जब चैक भुगतान के लिये प्रस्तुत किया जायगा तो वह आदरित (Honoured) होगा। कभी-कभी बैंक ये शब्द भी लिख देते हैं "भुगतान के लिए ठीक यदि वह के पहले प्रस्तुत कर दिया जाय" "Good for payment if presented before ". चैक के चिन्हित करने का प्रभाव यह है कि लेखक की साख के साथ बैंक की साख जुड़ जाने के कारण वह (चैक) अधिक विश्वास योग्य हो जाता है। चैक को लेखक या किसी धारक या प्राप्तकर्त्ता अथवा किसी सग्रह करने वाले बैंकर की प्रार्थना पर चिन्हित किया जाता है। यदि चैक लेखक की प्रार्थना पर चिन्हित किया गया है तो लेखक उसका भुगतान नही रोक सकता है और यदि वह ऐसा करता है तो उसे बैंक को, उस चैक का भुगतान रोकने के कारण जो क्षति उठानी पड़े, वह भरनी पड़ेगी। धारक की प्रार्थना पर चैक चिन्हित करना भारत मे अधिक प्रचलित नही है। ऐसी दशा मे चिन्हित करने का

केवल यह आशय होता है कि बैंकर के पास लेखक का पर्याप्त शेष है। धारक के लिए तो यह श्रेष्ठ होगा कि वह बैंकर से चैक के बदले में एक बैंक ड्राफ्ट ले ले। संग्रहकर्त्ता बैंक की इच्छा पर चैक चिन्हित करना बहुत प्रचलित है। जब कोई चैक सामान्य प्रगति में दिन के दौरान में निपटारे के लिये बहुत देर से प्राप्त हुआ हो तो संग्रह करने वाला बैंकर देनदार बैंक से चैक के चिन्हित करने की प्रार्थना कर सकता है। ऐसी दशा में चैक पर चिन्ह करने का अभिप्राय सांकेतिक भुगतान होगा क्योंकि इससे देनदार बैंक पर यह दायित्व आ जाता है कि वह चैक की प्रस्तुति पर उसका भुगतान करदे। इस दशा में लेखक भी भुगतान नहीं रोक सकता।

विकृत चैक (Mutilated Cheque)—प्राय अधिक समय हो जाने के कारण या कभी-कभी धोखे से धब्बा पड़ने से चैक का फार्म भद्दा या अपठनीय हो जाता है। वह कट-फट या मुड़तुड़ भी जाता है। ऐसे विकृत चैक का भुगतान करने से बैंक मना कर देता है। यदि किसी फटे चैक के टुकड़ो को एक साथ मिलाकर चिपका दिया जाय और उस पर लेखक यह लिख दे कि 'धोखे से फट गया' (Accidentally torn) तो बैंक उस चैक का भुगतान कर देगा बशर्ते चैक की क्रमसंख्या, हस्ताक्षर व धनराशि आदि बातें स्पष्ट पढ़ी जा सकती हों। धब्बे आदि के कारण विकृत हुए चैक का भुगतान भी इसी प्रकार यदि उपर्युक्त बातें स्पष्ट हैं तो हो जाता है। नहीं तो पाने वाला ऐसे चैक को फिर से लेखक से लिखा सकता है।

कोरा चैक (Blank Cheque)—कभी-कभी लेखक को किसी ऋण की ठीक और पूरी रकम पता नहीं होती और वह उसका भुगतान करने के लिये चैक भेजना चाहता है तो ऐसी दशा में वह साधारण ढंग से एक चैक लेनदार या प्राप्ति-अधिकारी के पक्ष में लिखता है किन्तु रकम का स्थान नहीं भरता, जिससे प्राप्तकर्त्ता उसमें जो रकम सही हो वह स्वयं भरले। कहीं प्राप्तकर्त्ता रकम भरने में धोखा न करे इसकी सावधानी के लिये वह चैक पर अनुमान से एक अधिकतम सीमा चैक के ऊपरी कोने में या रेखाओं के अन्दर लिख देता है। भुगतान की रकम इससे अधिक नहीं होगी, जैसे 'पांच सौ रुपये से कम' या पांच सौ रुपये से अधिक नहीं (Not over five hundred rupees)। ऐसे चैक को कोरा चैक कहते हैं। बैंकर को भुगतान करते समय यह देख लेना चाहिए कि भरी हुई रकम इस अधिकतम सीमा से अधिक न हो।

चैक का भुगतान लेना

किसी चैक का रखने वाला (Holder) भुगतान पाने के लिये निम्न में से किसी एक मार्ग को अपना सकता है —

(अ) यदि चैक रेखांकित नहीं है तो वह देनदार बैंक के पास स्वयं या अपने किसी चपरासी को भुगतान लाने के लिये भेज सकता है। खिड़की पर चैक प्रस्तुत करने पर बैंक से एक प्रमाण-चिन्ह (Token) प्राप्त होगा। वह चैक विभिन्न अधिकारियों के पास होता हुआ कैशियर के पास भुगतान की आज्ञा के साथ आ जावेगा। प्रमाण-चिन्ह देने पर कैशियर चैक के रुपये गिन देगा।

(आ) यदि चैक रेखांकित है, तो उसका भुगतान उक्त प्रकार खिड़की पर नहीं मिल सकता। उसे किसी बैंक के द्वारा संग्रह करना होगा। यदि चैक सामान्य रूप से रेखांकित है तो वह किसी भी बैंक के द्वारा संग्रह किया जा सकता है और यदि वह विशेष रूप से रेखांकित है तो उसका उस बैंक के द्वारा ही संग्रह हो सकता है जिसका नाम चैक पर रेखाओं में दिया हो। यदि प्राप्ति अधिकारी का बैंक में खाता है तो वह उसे अपने खाते में जमा कर सकता है। यह बैंक या तो (यदि चैक पर साधारण रेखांकन है) स्वयं देनदार बैंक से भुगतान लेकर प्राप्त रकम ग्राहक के खाते में जमा कर देगा या (यदि चैक पर विशेष रेखांकन है) उस विशेष बैंक को संग्रह के लिये दे देगा और जो रकम उसे प्राप्त हो वह अपने यहाँ जमा करने वाले ग्राहक के खाते में जमा कर देगा।

(इ) यदि चैक रखने वाले व्यक्ति का बैंक में खाता नहीं है तो वह रेखांकित चैक अपने किसी परिचित व्यक्ति को बेचान कर उससे नकद रुपया ले सकता है और यह परिचित व्यक्ति अपने खाते में उसे संग्रह के लिए भेज सकता है।

(ई) यदि चैक रखने वाला व्यक्ति किसी अन्य व्यक्ति के प्रति ऋणी है तो वह उसे भुगतान में चैक दे सकता है। यदि चैक आदेशानुसार है तो केवल सुपुर्दगी ही पर्याप्त न होगी उस पर बेचान करना भी आवश्यक है।

चैक, हुंडी आदि बैंक के द्वारा वसूल कराने पर ग्राहक से कुछ कमीशन लिया जाता है। यह कमीशन प्रायः प्रति सौ रुपया पर ४ आना है। स्थानीय चैकों पर उक्त सेवा के लिए कोई कमीशन नहीं लिया जाता।

यह आवश्यक है कि चैक को भुगतान के लिये देनदार बैंक के समक्ष उचित समय के भीतर प्रस्तुत कर दिया जाय। यदि ऐसा नहीं किया गया और इस बीच बैंक दिवालिया हो जाता है, तो प्राप्ति-अधिकारी लेखक को उस रकम के लिये दायी नहीं ठहरा सकता। वह बैंक का देनदार समझा जायगा और बैंक की सम्पत्ति में से अन्य लेनदारों के साथ आनुपातिक भाग वसूल पाने का अधिकारी होगा। हाँ, यदि ग्राहक के खाते में, जिस पर चैक लिया गया है, पर्याप्त धन नहीं है या ग्राहक का उस बैंक में कोई खाता ही नहीं था तो अवश्य वह लेखक से चैक की रकम वसूल करने का अधिकारी होगा।

ग्राहक और बैंकर का पारस्परिक सम्बन्ध

ग्राहक और बैंकर का सम्बन्ध परस्पर एक ऋणी और ऋणदाता के समान है। जब कि ग्राहक का अपने खाते में जमा शेष हो, बैंकर उसका ऋणी होता है और ग्राहक ऋणदाता। परन्तु यदि ग्राहक ने अपने खाते में से जमा से अधिक रकम निकाल ली है तो ग्राहक ऋणी और बैंकर ऋणदाता बन जाता है। बैंकर ग्राहक के जमा किए गये धन का ट्रस्टी नहीं है जो उसे अपने लाभ का हिसाब ग्राहक को देना पड़े। वस्तुतः जब ग्राहक अपना धन बैंकर के पास जमा कराता है तब वह धन उसका नहीं रहता और बैंकर केवल इस बात के लिये ही दायी है। वह ग्राहक को उतना धन

जमा की शर्तों के अनुसार निकालने दे। चालू खाते के अन्तर्गत बैंकर ग्राहक के धन को उसमें लिखे गये चेकों की प्रतिष्ठा करके वापिस करने के लिए बाध्य है। वह ग्राहक के चेक का भुगतान करने से मना नहीं कर सकता जब तक कि उसके पास इस मनाही के लिये पर्याप्त कारण न हो, अन्यथा उस पर ग्राहक हर्जाने का दावा कर सकता है क्योंकि चेक के अप्रतिष्ठित होने से ग्राहक की साख पर धक्का लगता है। इसके साथ ही बैंकर ग्राहक के दिये हुए आदेशों की अवहेलना भी नहीं कर सकता। यदि वह ऐसा करता है तो उसे ऐसे चेक की रकम से ग्राहक के खाते को नाम करने का अधिकार नहीं होगा।

यह आशा की जाती है कि बैंकर अपने ग्राहकों के हस्ताक्षर से भली प्रकार परिचित होगा। अत यदि वह ऐसे चेक का जिस पर लेखक के जाली हस्ताक्षर हो रहे हैं, भुगतान कर देता है, तो इसकी हानि बैंक को उठानी होगी। परन्तु बेचान के सम्बन्ध मे ऐसी बात नही है। बैंक से यह आशा नही की जा सकती कि वह चेक के प्रत्येक बेचानकर्ता के हस्ताक्षर से भी परिचित होगा। उसे इतना देख लेना ही पर्याप्त होगा कि बेचान नियमित है या नहीं।

ग्राहक और उसके बैंकर के बीच जो व्यवहार होते हैं वे व्यक्तिगत माने जाते हैं अत बैंकर का यह कर्तव्य है कि वह ग्राहक के खाते की दशा अन्य लोगो पर प्रगट न करे जब तक कि कोई न्यायालय ऐसा करने के लिए उसे आदेश न दे। अपने ग्राहक की प्रार्थना पर भी वह ऐसा कर सकता है।

चेक-का अनादर (Dishonour of Cheque)

देनदार बैंक अपने ग्राहक के एजेन्ट के रूप मे कार्य करता है अत. जब कभी उस पर ग्राहक कोई चेक लिखे तो उसका भुगतान करना बैंक के लिए अनिवार्य है परन्तु कभी-कभी बैंक चेक को बिना भुगतान किए ही लौटा देते हैं। इसे चेक का अनादर कहते हैं। बैंक ऐसा तभी करते हैं जब उसके लिए पर्याप्त कारण हो। जिन कारणों से बैंक भुगतान नहीं करता उनका उस पर उल्लेख कर वापिस लौटा देना है। बैंक निम्नलिखित कारणों मे ऐसा करते हैं —

(१) यदि लिखने वाले के खाते मे चेक के भुगतान के लिये पर्याप्त धन न हो। इस दशा मे बैंक चेक पर 'अपर्याप्त रकम' (I/F or Insufficient Fund) अथवा 'लिखने वाले से मिलिये' (R/D or Refer to Drawer) अथवा 'रकम नहीं' (No Fund) लिख कर लौटा देगा।

(२) यदि चेक के शब्दों और अंकों मे लिखे हुये धन मे अन्तर हो। इस दशा मे बैंक, 'शब्दों और अंकों में भिन्नता' (Words and Figures Differ) लिख कर लौटा देगा। बैंक चाहे तो शब्दों मे लिखा हुआ धन दे सकता है परन्तु प्राय वह ऐसा नहीं करता।

(३) यदि लिखने वाले ने चेक का भुगतान रोकने की लिखित आज्ञा दी हो।

इस दशा मे बैंक चेक पर 'भुगतान - रोका गया' (Payment Stopped) लिख कर लौटा देगा।

(४) यदि चेक पर ६ महीने पूर्व की तिथि पडी हो। इस दशा मे बैंक 'बासी चेक' (Stale Cheque) लिखकर चेक लौटा देगा।

(५) यदि चेक पर आगे आने वाली तिथि पडी हो। इस दशा मे बैंक 'आगामी तिथि' (Post Dated) शब्द लिखकर चेक लौटा देगा।

(६) यदि चेक पर बेचान लिखते समय कोई अशुद्धि हो गई हो। इस दशा मे बैंक चेक पर 'बेचान अनियमित' (Endorsement Irregular) लिख कर लौटा देगा।

(७) यदि चेक मे कोई परिवर्तन कर दिया गया हो और उस पर लेखक के हस्ताक्षर नहीं हो। इस दशा मे बैंक 'परिवर्तन के लिये लेखक के हस्ताक्षर आवश्यक' (Alteration requires Drawer's Signatures) लिख कर चेक लौटा देगा।

(८) यदि लिखने वाले के चेक पर किये गये हस्ताक्षरो और नमूने के हस्ताक्षरो मे भिन्नता हो। इस दशा मे बैंक 'लिखने वाले के हस्ताक्षर ठीक नही', (Drawer's Signature Differs) शब्द लिखकर चेक वापिस लौटा देगा।

(९) यदि चेक के लिखने मे कोई चीज छूट गई हो। इस दशा मे वह 'अपूर्ण' (Incomplete) लिख कर चेक लौटा देगा।

(१०) यदि चेक विकृत हो गया हो। इस दशा मे बैंक चेक पर 'फटा चेक' (Mutilated) शब्द लिख कर वापिस कर देगा।

(११) लिखने वाले के द्वारा सग्रह के लिये जमा कराये गये चेक अभी वसूल न हो पाये हो। इस दशा मे बैंक 'रकम अभी सग्रह नही हुई' (Effects not cleared) लिखकर चेक लौटा देगा।

(१२) चेक लिखने वाले का खाता ही बैंक मे न हो। इस दशा मे बैंक चेक पर 'खाता नही' (Not Account) लिख कर चेक लौटा देगा।

(१३) यदि लेखक ने अपना खाता बन्द कर दिया हो। इस दशा मे बैंक 'खाता बन्द' (Account Closed) शब्द लिखकर चेक लौटा देगा।

(१४) यदि बैंक को लेखक की मृत्यु का समाचार मिल गया हो। इस दशा मे बैंक 'लिखने वाला मर गया' (Drawer deceased) शब्द लिख कर चेक वापिस कर देगा।

(१५) यदि बैंक को चेक के लिखने वाले के दिवालिया अथवा पागल हो जाने की सूचना मिल गई हो। इस दशा मे बैंक चेक पर 'लेखक दिवालिया हो गया है' अथवा 'पागल हो गया है' (Drawer Declared Insolvent or Insane) लिखकर लौटा देगा।

(१६) यदि ग्राहक के अन्य खातो मे तो पर्याप्त धन जमा है परन्तु चालू खाते

मे पर्याप्त धन न हो। इस दशा में बैंक 'प्रबन्ध नहीं है' (Not arranged for) शब्द लिख कर लौटा देगा।

(१७) यदि बैंक को सरकार से यह आदेश (Garnishee order) मिल गया हो कि वह ग्राहक के खाते मे से आगे रुपया न दे। ऐसा आदेश किसी ऋणदाता द्वारा अदालत मे प्रार्थना-पत्र देकर प्राप्त किया जा सकता है। उदाहरण के लिये ; राम रमेश का ५०० रु० से ऋणी है। राम के विरुद्ध डिग्री प्राप्त हो जाने के बाद रमेश को यह सुनने मे आता है कि राम का सेन्ट्रल बैंक मे खाता है जिसमे १,००० रु० शेष है। न्यायालय से ऐसा आदेश जारी करने की प्रार्थना कर सकता है जिसमे बैंक को यह निर्देश किया गया हो कि वह डिग्री और खर्चे का रुपया न्यायालय मे जमा करा दे। यह आदेश लेकर ऋणदाता बैंक को भेज देता है और ऋणी का खाता कुर्क (attach) हो जाता है। उक्त आदेश चालू खाते के सम्पूर्ण शेष पर लागू होता है। वह ऋणी के स्थायी जमा खाते पर भी लागू होगा यदि उसने उसके वापिस लेने की सूचना बैंक को दे दी है। हाँ, बैंकर आदेश जारी करने की तिथि पर अपने जो ऋण या खर्च ग्राहक पर हो उन्हे उसके जमा शेष को काट सकता है।

चैकों की उपयोगिता

चैकों के बढ़ते हुए प्रयोग ने आर्थिक संसार को बहुत लाभ पहुँचाया है, जिसका विवरण इस प्रकार है —

(१) चैक द्वारा भुगतान एक स्थान से दूसरे स्थान को बहुत ही कम व्यय पर भेजा जा सकता है।

(२) स्थानीय भुगतानो मे भी चैकों के प्रयोग से सुविधा हो जाती है। नगदी गिन कर और परख कर लेने-देने की झझट बच जाती है। नगदी गिनने व परखने की झझट नोटो के प्रयोग से कम अवश्य हो जाती है किन्तु पूर्णत नही, क्योंकि सभी भुगतान पूर्ण संख्याओ के नही होते। अत कुछ न कुछ रुपये आने, पैसे आदि का भुगतान नोटों के साथ करना ही पडता है। लेकिन चैक पर देय धन जितना होता है ठीक उतना ही लिखा जा सकता है।

(३) चैक एक व्यापारी से दूसरे व्यापारी को घूमता हुआ कई सौदे तय करता है। इस तरह करेन्सी (सरकारी मुद्रा) बच जाती है। इसके अतिरिक्त जो चैक रखने वाला भुगतान लेना भी चाहता है वह प्राय उसे अपने बैंक खाते मे संग्रह के लिये जमा कर देता है। यह संग्रह करने वाला बैंक भी देनदार बैंक से ऐसे सब चैकों का रुपया नकद नही लेता अपितु उन चैकों से बराबर कर लेता है जो उस देनदार बैंक को भी इसी प्रकार उस संग्रह करने वाले बैंक से संग्रह करना हो। इस प्रकार बिना करेन्सी के लाखो रुपयो का भुगतान होता रहता है।

(४) चैक द्वारा भुगतान करने से आगे चलकर बेईमानी की सम्भावना कम हो जाती है। भुगतान पाने वाला इस बात से इन्कार नही कर सकता है कि उसे भुगतान नही मिला, क्योंकि बैंक मे पास बुक और ग्राहक के पास चैक की प्रतिलिपि

उस भुगतान की साक्षी देती है। चैक से भुगतान करने मे अलग रसीद लिखने की आवश्यकता नही रहती।

(५) चैक सुरक्षित होते हैं। यदि हम अपने साथ सिक्के या नोट बाँध कर बाहर ले जाये तो चोरी होने या लुट जाने का भय है किन्तु चैक पर जब तक जिसका बैंक मे खाता है उसके हस्ताक्षर नही होगे उसका कोई मूल्य नही, इसलिए चैक की चोरी नही होगी। यदि हो भी जाय तो उस पर जाली हस्ताक्षर बनाना कठिन है। यदि चैक द्वारा बाहर भुगतान भेजें तो रेखांकित कर देने से सब आशका समाप्त हो जाती है।

(६) चैक से भुगतान भेजने मे समय भी कम लगता है।

अभ्यास के प्रश्न

१ चैक की परिभाषा लिखिए और इनके आवश्यक लक्षणो पर प्रकाश डालिए।

२. चैक लिखते समय किन बातो का ध्यान रखना आवश्यक है और क्यो? एक आदेशानुसार चैक का नमूना दीजिए और प्रति और प्रतिपर्ण दोनो भर कर दिखलाइए?

३ बेचान से आप क्या समझते हैं? यह कितने प्रकार से किया जा सकता है? उदाहरण देकर समझाइए।

४ क्या बेचान करना आवश्यक है? बेचान करते समय किन नियमो का ध्यान रखना चाहिए?

५ रेखाकन क्यों किया जाता है? किसी रेखाकित चैक का रुपया आप कैसे प्राप्त करेंगे?

६ अविनिमय साध्य रेखाकन से क्या अभिप्राय है? इससे चैक सुरक्षित हो जाता है, उदाहरण देकर समझाइए।

७ चैक पर रेखाकन कौन-कौन कर सकता है? चैक पर रेखाकन कैसे रद्द किया जा सकता है?

८ निम्न पर सक्षिप्त नोट लिखिए —
चिन्हित चैक, कोरा चैक, कटा-फटा चैक एव विशेष रेखाकन।

९ चैको के प्रयोग से क्या लाभ हैं?

१० चैको का भुगतान कैसे लिया जा सकता है? क्या बैंक चैक का अनादर भी कर सकता है?

११ एक व्यापारी रेखाकित चैक से क्या लाभ उठाता है?

१२ सक्षेप मे उन दशाओ का उल्लेख कीजिए जिनमे बैंक चैक के पूर्ण होते हुए तथा लेखक के नाम काफी जमा होते हुए भी चैक का भुगतान करने से इन्कार कर सकता है।

१३. निम्नलिखित दशाओं मे चैक का भुगतान कर देने से बैंक का क्या उत्तरदायित्व है ?
   (क) जबकि लेखक का हस्ताक्षर जाली हो।
   (ख) जबकि चैक पर का बेचान-लेख जाली हो।
   (ग) जबकि वह रेखांकित है और उसका भुगतान खिडकी पर कर दिया हो।
१४. रेखांकन का क्या अर्थ होता है ? चैक को रेखांकित करने की विभिन्न रीतियाँ लिखिये तथा यह समझाइये कि प्रत्येक दशा मे रेखांकन का क्या प्रभाव होता है ?
१५ चैक के बेचान से आप क्या समझते हैं ? विभिन्न प्रकार के बेचानो को समझाइए।

१५.

हुन्डी एवं प्रोनोट
(Hundi and Pronote)

प्रस्तुत अध्याय मे हुण्डी एव प्रोनोट तथा अन्य रुक्को पर प्रकाश डाला गया है, जो व्यापार व्यवसाय मे प्राय प्रयोग किये जाते हैं।

हुन्डी (Hundi)

हुण्डी का अर्थ

पिछले एक अध्याय में हमने आपको बिलो के बारे मे बताया था। बिल से ही मिलती-जुलती हुन्डियाँ हैं, जो प्राय हिन्दी या मुडिया मे लिखी जाती हैं। हुन्डी वास्तव मे भारतीय बिल ऑफ एक्सचेन्ज है जिसका भारतीय व्यापारी, महाजन आदि बहुत प्रयोग करते हैं। इसकी शब्द रचना सब प्रान्तो मे लगभग समान हैं।

बिलो और हुन्डियो मे समानता की निम्न बातें हैं :—

(१) दोनो मे तीन पक्ष होते है।

(२) दोनो माँग पर देय अथवा मियादी हो सकते हैं।

(३) दोनो पर स्टाम्प एक ही प्रकार से लगते हैं।

(४) दोनो बट्टे पर भुनाई जाती हैं।

(५) दोनों का बेचान हो सकता है।

(६) दोनो मे रियायती दिन देने की प्रथा है।

हुन्डी के भेद—समय की दृष्टि से हुन्डियाँ दो प्रकार की होती हैं :—

(१) मिति हुन्डी—जो एक निर्दिष्ट अवधि के पश्चात् देय होती हैं। यह अवधि प्राय ६० या ६१ दिन की रखी जाती है। बिल की भाँति कुछ अनुग्रह दिवस भी प्रदान किये जाते हैं, इन्हे ग्रेस कहते हैं। यह एक दिन

से लेकर ११ दिन तक होते हैं। इस पर धन राशि के अनुसार स्टाम्प लगाना पड़ता है।

(२) दर्शनी हुन्डी—जो मांग पर देय है। इन पर स्टाम्प लगाने की आवश्यकता नहीं होती।

पाने वाले की दृष्टि से हुन्डी के निम्न भेद हो सकते हैं :—

(१) शाहजोग हुन्डी—जिसका भुगतान केवल शाह के द्वारा होता है। प्रत्येक बाजार में कुछ व्यक्ति शाह माने जाते हैं। यह कुछ रेखांकित चैक के समान हैं।

शाह का अर्थ है महाजन या साहूकार, जिसका बाजार में आर्थिक दृष्टि से सम्मान हो। इस व्यक्ति के द्वारा भुगतान करने पर भुगतान करने वाले की जिम्मेदारी गलत व्यक्ति को भुगतान हो जाने की दशा में कम हो जाती है क्योंकि शाह के बीच में होने के कारण साक्षी रहती है और यह सरलता से पता लग जाता है कि भुगतान किस व्यक्ति ने लिया। अपनी प्रतिष्ठा की रक्षा करने के लिए शाह कभी भी किसी अनजान व्यक्ति को भुगतान दिलाने की चेष्टा नहीं करेगा। जबकि रेखांकित चैक का रुपया बैंक भुगतान लेने वाले के खाते में जमा कर लेता है, ऐसी हुन्डी का रुपया उसी समय शाह की साक्षी पर चुका दिया जाता है।

(२) नामजोग हुन्डी—इसका भुगतान केवल उस व्यक्ति को ही किया जाता है, जिसका नाम इसमें लिखा हो। भुगतान करने वाले को देख लेना चाहिये कि वह वास्तविक अधिकारी को भुगतान कर रहा है या नहीं। अनुचित भुगतान करने पर उसे हानि उठानी पड़ेगी।

(३) फरमान जोग हुन्डी—इसका भुगतान उस व्यक्ति को, जिसका नाम हुन्डी में निर्दिष्ट किया गया है, या उसके फरमान (आदेश) के अनुसार किया जायगा। यह आर्डर बिल या चैक की भाँति है। इस पर बेचान की आवश्यकता होगी।

(४) देखनहार हुन्डी—इसका भुगतान वाहक को किया जायगा। इस पर बेचान की आवश्यकता नहीं है। जिस तरह बिल 'वाहक' और 'मांग पर देय' एक साथ नहीं हो सकता उसी प्रकार हुन्डी भी दर्शनी और देखनहार एक साथ नहीं हो सकती।

जोखिमी हुन्डी

बिल की भांति हुन्डी भी एक शर्त रहित आज्ञा-पत्र है परन्तु एक प्रकार की अन्य हुन्डी भी है जो शर्त-युक्त होती है। यह जोखमी हुन्डी कहलाती है। इसका भुगतान माल की सुपुर्दगी पर होता है। जोखमी हुण्डी विनिमय-साध्य पत्रों के अन्तर्गत शामिल नहीं की जाती। क्योंकि विनिमय-साध्य पत्र तो शर्त रहित होते हैं पहले जब यातायात के साधन, बीमा और बैंक आदि नहीं थे तब इसका प्रचलन बहुत था।

मिती हुण्डी का नमूना

टिकट

सिद्ध श्री आगरा शुभस्थान भाई सतीशचन्द्र लिखी ग्वालियर से सुरेशचन्द्र की राम राम बचना। आगे हुन्डी कीनी नग १ आपके ऊपर दिया रुपया ५००, अकेन पाँच सौ के नीमे दो सौ पचास के दूने पूरे देना। यहाँ रक्खे भाई सूरज प्रसाद के मिति पौस बदी ८ से दिन ६० पीछे नाम शाह जोग हुन्डी चलन कलदार देना।

हुन्डी लिखी मिती पौस बदी २ सवत् २०१२

सुरेशचन्द्र

इस हुन्डी के लिखने वाले (Drawer) ग्वालियर के सुरेशचन्द्र है और यह आगरा के सतीशचन्द्र के ऊपर लिखी गई है। हुन्डी की रकम ५०० रु० है जिसके पाने वाले (Payee) सूरजप्रसाद है। हुन्डी की मियाद ६० दिन है जो पौस बदी २ सम्वत् २०१२ से गिने जायेगे। इसकी स्वीकृति[1] भी बिल की तरह आवश्यक होगी। नीचे हम दर्शनी हुन्डी का नमूना देते है।

दर्शनी हुण्डी का नमूना[2]

सिद्ध श्री आगरा शुभस्थान भाई सतीशचन्द्र लिखी ग्वालियर से सुरेशचन्द्र की राम-राम बचना। आगे हुन्डी कीनी नग १ आपके ऊपर दिया रुपया ५००, अकेन पाँच सौ के नीमे दो सौ पचास के दूने पूरे देना। यहाँ रक्खे भाई सूरजप्रसाद के मिति पौस बदी ८ हुण्डी पहुँचे तुरन्त शाह जोग चलन बाजार ठिकाना लगाय चौकस कर दाम देना।

हुन्डी लिखी मिती पौस बदी २ सम्वत् २०१२

सुरेशचन्द्र

१—हुण्डी की स्वीकृति उस पर हस्ताक्षर करके नहीं होती वरन् लेखपात्र उसका विवरण अपनी बही मे लिख लेता है।

२—दर्शनी एव मिती हुण्डी की पीठ पर यह भी लिखा जायगा :—

नीमे के नीमे रुपया सवा सौ के चौगुने पूरे रुपया चौकस कर देना।

५००)

श्री पत्री भाई सतीशचन्द्र

आगरा

हुण्डी और बिल का अन्तर

बिल	हुण्डी
१—यह प्रायः अंग्रेजी में लिखा जाता है, और इसकी शब्द रचना विनिमय-साध्य पत्रों के अधिनियम में दिये गये आदेशों के अनुसार होती है।	१—यह हिन्दी-मुडिया या अन्य किसी देशी भाषा में लिखी जाती है। इसकी शब्द रचना प्रचलित रीति रिवाज के अनुसार है।
२—यह व्यापारिक ढंग में लिखी जाती है और ऐसे ही शब्द प्रयोग किये जाते हैं जो बहुत आवश्यक हों।	२—यह एक पत्र के रूप में, अभिवादन एवं शिष्टाचार सम्बन्धी शब्दों के साथ, लिखी जाती है।
३—लेखक का नाम नीचे की ओर होता है।	३—लेखक का नाम हुन्डी के मुख्य भाग में अन्दर लिखा जाता है।
४—लेख-पात्र का नाम नीचे बाईं ओर केवल एक बार ही लिखा जाता है।	४—लेख-पात्र का नाम दो बार लिखा जाता है एक बार तो मुख्य भाग के अन्दर और दूसरी बार उसकी पीठ पर।
५—रकम दो बार लिखी जाती है—एक बार अंकों में ऊपर बाईं ओर और दूसरी बार शब्दों में मुख्य भाग के अन्दर।	५—रकम प्राय पाँच बार लिखी जाती है। एक बार अंकों में, फिर शब्दों में, तत्पश्चात् उसका दूना करके पुन पीठ पर कोष्ठक में अंकों में और अन्त में इनका चौगुना करके।
६—बिल का प्रयोग देशी और विदेशी दोनों प्रकार के ऋण चुकाने में होता है।	६—इसका प्रयोग केवल देशी व्यापार में भुगतान के लिये होता है।
७—यह हमेशा शर्त-रहित आज्ञा-पत्र होता है।	७—इसमें शर्त-युक्त आज्ञा हो सकती है जैसे कि जोखमी हुण्डी में।
८—अप्रतिष्ठित होने पर नोटिंग और (यदि बिल विदेशी है तो) प्रोटेस्ट की जरूरत पड़ेगी।	८—अप्रतिष्ठित होने पर नोटिंग या प्रोटेस्ट की आवश्यकता नहीं है।

जिकरी चिट्ठी

विदेशी बिलों की भाँति हुण्डी में भी लेखपात्र (Drawee) के भुगतान न करने पर भुगतान करवा देने के उद्देश्य से लेखक प्राप्तकर्त्ता को किसी ऐसे व्यक्ति के नाम पत्र दे देता है, जो भुगतान कर दे। यह जिकरी चिट्ठी कहलाती है।

सकारना—इसका अभिप्राय हुण्डी का उचित समय पर भुगतान करने से है। भुगतान हो जाने के बाद हुण्डी 'खोखा' कहलाती है।

खडा रखना—इसका अभिप्राय भुगतान न करने से है।

परिभाषा

प्रोनोट या प्रामिसरी नोट एक शर्त-रहित लिखित पत्र है। (बैंक अथवा करेन्सी नोट के अतिरिक्त) जिसमे उसका लेखक (Maker) एक व्यक्ति विशेष को या उसकी आज्ञानुसार किसी व्यक्ति को या वाहक को मांगने पर या एक निश्चित समय के पश्चात् एक निश्चित् रकम चुकाने का वचन देता है।[1] रिजर्व बैंक आफ इण्डिया जो नोट चालू करता है वे सब प्रोनोट हैं परन्तु कानून ने उन्हें साधारण प्रोनोटो की श्रेणी से अलग रख दिया है।

पक्ष

प्रामिसरी नोट मे केवल दो ही पक्ष होते हैं :—

(१) लेखक (Maker) जो प्रोनोट लिखता है। यह प्राय ऋणी होता है। (२) प्राप्तकर्त्ता (Payee), जिसके पक्ष मे (in favour of) प्रतिज्ञा की जाती है। यह व्यक्ति प्रायः लेनदार होता है।

क्योकि ऋणी स्वय इस पत्र का लिखने वाला है अत उसके स्वीकरण का प्रश्न ही नही उठता।

प्रोनोट के वेचान, विनिमय करने, अप्रतिष्ठित होने, भुगतान और अनुग्रह दिवस के सम्बन्ध मे वही नियम हैं जो बिल के सम्बन्ध मे बताये गये हैं। हां, कुछ बातो मे अन्तर है जो हमने आगे समझाया है। यह ध्यान रहे कि प्रोनोट पर टिकट लगाना आवश्यक है चाहे **वह मांग पर देय हो या निश्चित समय के बाद।**

प्रामिसरी नोट के भेद

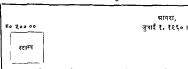
प्रोनोट दो प्रकार के होते हैं —(१) अकेला और (२) सयुक्त। सयुक्त प्रोनोट भी दो प्रकार के हो सकते हैं—(१) सयुक्त तथा (२) सयुक्त एव पृथक।

अकेला प्रोनोट उसे कहते हैं जिसमे प्रतिज्ञा करने वाला अर्थात् रकम चुकाने वाला व्यक्ति एक ही हो। इसका नमूना नीचे देते हैं —

१—कानून के अनुसार रिजर्व बैंक को छोड कर अन्य कोई व्यक्ति 'मांग पर देय' एवं 'वाहक को देय' दोनो ही बातें एक प्रोनोट मे नही लिख सकता।

अकेले प्रोनोट का नमूना

आगरा,
रु० ५०० ००
जुलाई १, १९६०।

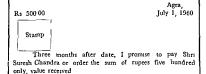
स्टाम्प

आज से तीन महीने पश्चात् मे श्री सुरेशचन्द्र या आदेशानुसार केवल पाँच सौ रुपये देने की प्रतिज्ञा करता हूँ, जिसका मूल्य मिल चुका है।

सतीशचन्द्र

अंग्रेजी रूपान्तर

Agra,
Rs 500 00
July 1, 1960

Stamp

Three months after date, I promise to pay Shri Suresh Chandra or order the sum of rupees five hundred only, value received

Satish Chandra

सयुक्त प्रोनोट वह है जिसमे दो या अधिक व्यक्ति मिलकर रकम चुकाने की प्रतिज्ञा करते हैं।

यदि प्रोनोट केवल सयुक्त है तो प्राप्तकर्त्ता प्रोनोट की रकम सयुक्त रूप से ही वसूल कर सकता है अर्थात् भुगतान न होने की दशा मे उसे प्रतिज्ञा करने वाले सब व्यक्तियो पर दावा करना होगा। यदि वह कुछ पर दावा नही करता और जिन पर दावा किया है उनसे पूरा धन वसूल नही होता तो वह पुन पहली बार दावे से अलग रहे व्यक्तियो पर दावा न कर सकेगा और वे लोग अपने दायित्व से छूट जायेंगे। *इसके विपरीत यदि प्रोनोट सयुक्त एव पृथक दोनो है तो वह चाहे तो सब पर या* केवल कुछ पर वसूली के लिये दावा कर सकता है और किसी से भी भुगतान पूरा कर सकता है। बाद मे वह औरो पर भी दावा कर सकता है। हाँ, कुल वसूली प्रोनोट के धन से अधिक नही हो सकती। इन प्रोनोटो के नमूने इस प्रकार हैं —

संयुक्त प्रोनोट

आगरा,
जुलाई १, १६६० ।

रु० ५०० ००

टिकट

आज से एक माह पश्चात् हम श्री सुरेशचन्द्र को केवल पांच सो रुपये देने की प्रतिज्ञा करते हैं, जिसका मूल्य मिल चुका है।

सतीशचन्द्र
कृष्णसहाय
रमेशचन्द्र

संयुक्त एवं पृथक प्रोनोट

आगरा,
जुलाई १, १६६० ।

रु० ५०० ००

टिकट

आज से एक माह पश्चात् हम संयुक्त एवं पृथक रूप से श्री सुरेशचन्द्र को केवल पांच सौ रुपया चुकाने की प्रतिज्ञा करते हैं, जिसका मूल्य मिल चुका है।

सतीशचन्द्र
कृष्णसहाय
रमेशचन्द्र

प्रोनोट और बिल मे अन्तर

बिल	प्रोनोट
१—यह एक आज्ञा-पत्र है। २—इसे प्रायः लेनदार लिखता है।	१—यह प्रतिज्ञा-पत्र है। २—इसे प्राय देनदार लिखता है।

३—इसके स्वीकरण की आवश्यकता है।	३—इसके स्वीकरण की आवश्यकता नही है।
४—इसमे लेखक प्राप्त-कर्त्ता बन सकता है।	४—इसमे लेखक स्वय प्राप्तकर्त्ता नही बन सकता।
५—इसमें तीन पक्ष होते हैं—लेखक, लेखपात्र एव प्राप्तकर्त्ता।	५—इसमे केवल दो पक्ष होते हैं—लेखक और प्राप्तकर्त्ता।
६—अस्वीकृत होने पर इसकी नोटिंग एव प्रोटेस्ट करना आवश्यक है।	६—इसमे ऐसा नही होता।
७—विदेशी बिल की तीन प्रतियाँ होती हैं।	७—इसमे एक ही प्रति लिखी जाती है।
८—इसके लिखने वाले की जिम्मेदारी तभी होती है जबकि लेखपात्र भुगतान न करे।	८—इसका लिखने वाला सदा ही जिम्मेदार है।
९—बिल के भुगतान न होने पर प्रतिष्ठा के हेतु किसी अन्य व्यक्ति द्वारा इसका भुगतान किया जा सकता है।	९—इसमे ऐसा नही होता।
१०—दर्शनी बिल पर टिकट नही लगता।	१०—दर्शनी प्रोनोट पर टिकट लगता है।
११—इसमे भुगतान के लिये दायी व्यक्ति सयुक्त रूप से जिम्मेदार होते है।	११—इसमे भुगतान के लिए दायी व्यक्ति सयुक्त रूप से अथवा सयुक्त तथा पृथक रूप से, जैसा भी निश्चय हो जाय, दायी होते हैं।

चैक और प्रोनोट मे अन्तर

चैक	प्रोनोट
१—यह प्राय लेनदार की स्थिति मे ग्राहक लिखता है।	१—यह देनदार द्वारा लिखा जाता है।
२—यह आज्ञा-पत्र है।	२—यह प्रतिज्ञा-पत्र है।
३—इसमे तीन पक्ष होते हैं—लेखक, लेखपात्र एव प्राप्तकर्त्ता।	३—इसमे दो ही पक्ष होते हैं—लेखक और प्राप्तकर्त्ता।
४—इसका भुगतान करने वाला बैंक ही होता है।	४—इसका भुगतान कोई भी कर सकता है।
५—यह माँग पर देय होता है।	५—यह माँग पर देय एव आवधिक भी होता है।
६—यह विनिमय के माध्यम का काम करता है।	६—यह प्राय ऋण लेने के काम आता है।

ऋण-स्वीकृति

(I Owe You or I. O. U.)

यह ऋण लेने की लिखित स्वीकृति है। प्रोनोट की तरह यह ऋण चुकाने का प्रतिज्ञा-पत्र नहीं है। इसका लेखक यह स्वीकार करता है कि उसने इस पत्र में लिखी हुई रकम ऋण के रूप में पाई है। इसका अर्थ है कि 'मैं तुम्हारा ऋणी हूँ।' इसमें ऋणी को लेनदार का नाम, धनराशि, ऋण लेने की तिथि और अपना हस्ताक्षर देना आवश्यक है परन्तु भुगतान की निश्चित तिथि नहीं दी जाती। इसका नमूना नीचे दिया जाता है —

ऋण स्वीकृति का नमूना

आगरा।
जनवरी १६, १६६१

श्री सुरेशचन्द्र,
मैं आपका पचास रुपये से ऋणी हूँ।
रु० ५०.००
सतीशचन्द्र

अंग्रेजी रूपान्तर

Agra
Jan. 16, 1961

Shri Suresh Chandra,
I owe you Rupees fifty only
Rs 50/--
Satish Chandra

सरकारी हुण्डियाँ (Treasury Bills)

सरकार भी थोड़े समय के लिये जनता से ऋण लेती रहती है। इसके लिये वह हुण्डियाँ देती है जिन्हे सरकारी हुण्डियाँ कहते हैं। इनकी अवधि प्राय तीन माह होती है। कभी-कभी सरकार इन हुण्डियों पर ६, ६ और १२ महीनों के लिये भी ऋण ले लेती है। प्रति मंगलवार को इन हुण्डियों के लिये टेंडर माँगे जाते हैं। जो व्यक्ति कम से कम ब्याज वसूल करके हुण्डी द्वारा अधिक से अधिक रुपया देना स्वीकार करता है उसी का टेंडर स्वीकार कर लिया जाता है। सुरक्षा के लिये ये हुण्डियाँ प्रतिभूति के रूप में सर्व स्वीकार्य होती हैं अत इन्हे बाजार में सरलता से विनिमय किया जा सकता है।

लाभांश पत्र (Dividend Warrant)—जब कम्पनियाँ अपने शेयर-होल्डरों को लाभ बाँटती हैं तो वे इसके लिये उन्हें लाभांश पत्र भेजती हैं। यह चैक के रूप में हो सकता है या रसीद के रूप में। यदि चैक के रूप में है तो उसे कम्पनी के बैंक से भुगतान मिल जायगा और यदि रसीद के रूप में है तो भी उसे बैंक में दे देने से भुगतान मिल जावेगा।

ब्याज पत्र—ये भी लाभांश पत्र की भाँति हैं। ब्याज के वितरण करते समय ये ऋण पत्रधारियों को दिये जाते हैं। सरकारी संस्थायें भी ऋण का ब्याज बाँटते समय ऐसे पत्र भेजती हैं जिनका भुगतान रिज़र्व बैंक से लिया जा सकता है।

साख-पत्र (Letters of Credit)—ये व्यापारियों तथा यात्रियों के लिये बड़े काम के होते हैं। मान लो कोई व्यापारी किसी बाहरी विक्रेता से उधार माल खरीदना चाहता है जो उसे नहीं जानता। ऐसी दशा में क्रेता अपने बैंक से, जो उसकी साख से भली प्रकार परिचित है, साख-पत्र ले लेता है, और इसके आधार पर विक्रेता माल उधार दे देता है तथा बैंक के ऊपर विनिमय बिल कर लेता है। यात्रियों को भी इसमें सुविधा होती है। वे यात्रा के आरम्भ में अपना धन किसी बैंक में जमा करके साख पत्र ले लेते हैं जिसे दिखा कर यात्रा के दौरान में द्रव्य प्राप्त कर सकते हैं। साधारण साख-पत्र (General Letter of Credit) तो किसी एक व्यक्ति के नाम होते हैं, जो इसे देखने पर इसका भुगतान कर देता है। साख परिपत्र (Circular Letter of Credit) में कई व्यक्तियों के नाम होते हैं या वह बिना नाम होता है। इसमें एक निश्चित रकम का उल्लेख होता है जिस तक इसका भुगतान थोड़ा-थोड़ा कई स्थानों पर या कुल एक ही स्थान पर, जहाँ हम चाहें भुगतान ले सकते हैं। प्रत्येक भुगतान करने वाला साख-पत्र पर अपने द्वारा भुगतान की गई रकम नोट कर देता है जिससे आगे उतना द्रव्य कम मिले। भुगतान करने वाले व्यक्ति निर्गमित करने वाले व्यक्ति पर बिल लिख लेते हैं। चालू साख पत्र (Running Letter of Credit) में एक निश्चित धन राशि तक ऋण बराबर मिलता रहता है। जैसे, इसकी रकम मानो १०,००० रुपये है और इस पर १,००० रुपये ले लिया जावे और फिर ५०० रुपये जमा करा दिये जायें, तो इस पर बाद में ६,५०० रुपये फिर मिल सकता है।

अभ्यास के प्रश्न

१—हुण्डी क्या है और यह कितने प्रकार की होती है? इसका नमूना बनाकर दिखलाइये।

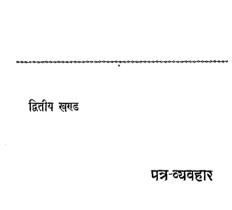
२—हुण्डी एवं बिल में क्या समानता अथवा अन्तर है? स्पष्ट कीजिए।

३—प्रोनोट क्या है? केवल संयुक्त प्रोनोट एवं संयुक्त तथा पृथक प्रोनोट में क्या भेद है? प्रत्येक का नमूना दीजिये।

४—प्रोनोट एवं बिल में क्या अन्तर है?

द्वितीय खण्ड

पत्र-व्यवहार

१.

व्यापारिक पत्र-व्यवहार का महत्व
(Importance of Commercial Correspondence)

पत्रों के प्रकार

पत्र तीन प्रकार के होते हैं —(i) निजी या प्राइवेट पत्र, (ii) व्यापारिक पत्र, और (iii) सरकारी पत्र।

(i) निजी या प्राइवेट पत्र—'निजी या प्राइवेट पत्रों' से हमारा आशय उन पत्रों से है जो कि निजी अथवा व्यक्तिगत मामलों के सम्बन्ध में पारिवारिक सदस्यों, मित्रों और स्नेहीजनों के बीच लिखे जाते हैं। उदाहरण के लिये, यदि डा० रमेशचन्द्र सक्सेना अपने पिता, माता, भाई, बहिन अथवा मित्रों को अपने किसी निजी मामले के सम्बन्ध में अथवा केवल कुशल मंगल के समाचार देने या पाने के लिये पत्र लिखें, तो ऐसे पत्र को 'निजी' या 'प्राइवेट पत्र' (Private Letters) कहेंगे। प्राइवेट पत्रों के लिखने के सम्बन्ध में अथवा उनके स्वरूप के सम्बन्ध में कोई निश्चित नियम नहीं है। इन पत्रों का अध्ययन हमारे क्षेत्र से बाहर है।

(ii) व्यापारिक पत्र—व्यापारिक पत्रों (Business or Commercial Letters) से हमारा तात्पर्य उन पत्रों से है जो कि व्यापारियों के बीच किसी व्यापारिक व्यावसायिक कार्य के हेतु लिखे जाते हैं। उदाहरण के लिये, कल्पना कीजिये कि सर्वश्री रामलाल शंकरलाल नाम की एक साझेदारी संस्था है, जो कि फुटकर कपड़े का व्यापार करती है। कपड़ों के भाव आदि का पता लगाने के लिये विभिन्न ग्राहकों से सम्बन्ध स्थापित करना पड़ेगा। इन विभिन्न उद्देश्यों की पूर्ति के लिये सर्वश्री रामलाल शंकरलाल विभिन्न पक्षों को जो पत्र लिखेंगे उनको हम 'व्यापारिक पत्र' की श्रेणी में रखेंगे।

(iii) सरकारी पत्र—जैसा कि 'पत्र' शब्द के पूर्व लगे हुए विशेषण 'सरकारी' शब्द से पता लगता है, 'सरकारी पत्रों' (Official Letters) से हमारा आशय उन पत्रों से है जो कि सरकारी कर्मचारियों या अधिकारियों के बीच किसी कार्य के

सम्बन्ध मे लिखे जायँ। जो पत्र जनता के किसी व्यक्ति को या किसी संस्था को सरकार द्वारा किसी सरकारी कार्य के सम्बन्ध मे लिखे जाये वे भी 'सरकारी पत्र' की ही श्रेणी मे रखे जायेंगे।

प्रस्तुत पुस्तिका मे केवल 'व्यापारिक पत्र व्यवहार' (Commercial Correspondence) पर ही प्रकाश डाला गया है।

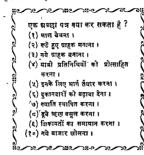
व्यापारिक पत्रों का अर्थ एवं ध्येय

जैसा कि हम ऊपर लिख चुके हैं, व्यापारिक पत्र किन्ही दो व्यापारियो के बीच किसी व्यापारिक कार्य के हेतु लिखे जाते है। व्यापार की सफलता बहुत कुछ 'व्यापारिक पत्र व्यवहार' पर निर्भर करती है। यदि कोई व्यापारिक पत्र निर्धारित नियमो के अनुसार तथा आकर्षक ढग से लिखा गया है, तो वह लिखने वाले के लिये एक 'दूत' का कार्य करेगा। इससे व्यावसायिक सफलता का मार्ग खुलेगा, ग्राहको से परिचय बढ़ेगा तथा अधिक से अधिक बिजनेस मिलेगी, व्यवसाय की साख मे दिन दूनी रात चौगुनी वृद्धि होगी, इत्यादि। इसके विपरीत यदि किसी भी व्यापारिक कार्यालय मे पत्र-व्यवहार करने का कोई नियत ढग नही है अथवा यदि कोई व्यापारी पत्र-व्यवहार पर उचित ध्यान नही देता, तो ऐसी दशा मे उसकी व्यावसायिक प्रगति रुक सकती है। एक अनियोजित ढग से लिखा हुआ व्यापारिक पत्र व्यवसाय के लिये अभिशाप सिद्ध हो सकता है।

व्यापारिक पत्र की परिभाषा देते हुए कुछ लोगो ने लिखा है कि एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र 'लेखक का प्रतिनिधि' होता है। जिस प्रकार किसी प्रतिनिधि या एजेंट द्वारा ठीक से व्यवहार न करने की दशा मे उसके मालिक को हानि पहुँचने की आशका रहती है, उसी प्रकार एक खराब ढग से लिखा गया पत्र लेखक के उद्देश्य की पूर्ति नही कर सकता। एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र मे लेखक का व्यक्तित्व प्रतिबिम्बित होता है। पढ़ने वालो पर उसका गहरा और अनिष्ट प्रभाव पड़ता है। श्री ए० पी० स्टो (A P Stowe) लिखते हैं कि "आपका पत्र किसी बिक्री के होने या न होने का निर्णय कर सकता है, किसी शिकायत को दूर कर सकता है, कोई ग्राहक बना सकता है या तोड सकता है। प्राय व्यापारिक पत्र लापरवाही और जल्दबाजी से लिखे जाते हैं जबकि सफलता उन पत्रों को ही मिलती है जिनमे प्राप्तकर्ता के दृष्टिकोण को ध्यान मे रखा जाता है, और एक ऐसी तर्क शैली अपनाई जाती है जो कि पाठक के मन मे विश्वास पैदा करे।" एक अन्य लेखक के शब्दो मे एक व्यापारिक पत्र टाइप की हुई वार्ता" (Typed out Talk) है। जिस प्रकार वार्तालाप करना एक कला है, उसी प्रकार पत्र व्यवहार करना भी एक कला है। यदि वार्तालाप विधिवत् किया जाय, तो वह प्रभावोत्पादक (Effective) नही होता, उसी प्रकार एक अनियोजित ढंग से किया गया पत्र-व्यवहार भी अपने उद्देश्य मे असफल रहता है।

एक श्रेष्ठ व्यापारिक-पत्र, जो कि विधिवत् लिखा गया हो, निम्नलिखित १० उद्देश्यो की पूर्ति कर सकता है —

एक अच्छा पत्र क्या कर सकता है ?

(१) माल बेचना।
(२) रूठे हुए ग्राहक मनाना।
(३) नये ग्राहक बनाना।
(४) यात्री प्रतिनिधियों को प्रोत्साहित करना।
(५) इनके लिए मार्ग तैयार करना।
(६) दुकानदारों को बढ़ावा देना।
(७) ख्याति स्थापित करना।
(८) डूबे ऋण वसूल करना।
(९) शिकायतों का समाधान करना।
(१०) नये बाजार खोलना।

व्यापारिक पत्र-व्यवहार का महत्व :

वर्तमान युग 'वाणिज्य एव उद्योग' का युग है। इस युग मे व्यापारिक पत्र-व्यवहार के जितने भी गुण गाये जाये, कम ही होगे। आजकल प्राय प्रत्येक देश मे, जो उत्पादन टेक्नीक दृष्टि से उन्नति की पराकाष्ठा पर पहुँचे हुए हैं, बडे-बडे पैमाने पर उत्पादन किया जाता है। देश की समस्त आवश्यकताओ की सतुष्टि के बाद (लगभग सभी उन्नतिशील देशों में) बहुत कुछ आधिक्य बचता है। इस आधिक्य माल के विक्रय के लिये देश के अन्दर तथा बाहर नई-नई मडियो की खोज करनी पडती है तथा नये-नये ग्राहक ढूँढने पडते हैं। इस खोज के कार्य मे यातायात एवं संदेशवाहन के साधनो का महत्व स्वत स्पष्ट है। व्यापारिक पत्र-व्यवहार इस खोज के कार्य मे बहुत सहायता प्रदान करता है।

सत्रहवी तथा अठारहवी शताब्दी मे व्यापारिक पत्र-व्यवहार का अस्तित्व भी न था। उन दिनो 'पत्र-व्यवहार' (Correspondence) के अन्तर्गत केवल संबंधियो के बीच लिखे गये पत्रो एव विभिन्न राज्यो के बीच लिखे गये पत्रो को ही सम्मिलित करते थे किन्तु ज्ञान विज्ञान एव सभ्यता की प्रगति के साथ-साथ व्यापार, उद्योग एवं वाणिज्य की भी प्रगति होती गई। वर्तमान युग मे तो व्यापार एव वाणि-

जिक विकास इतनी पराकाष्ठा पर पहुँच गया है कि यदि 'व्यापारिक पत्र-व्यवहार' को उसका "प्राण" कहे, तो कोई अतिशयोक्ति नही होगी।

प्रारभिक अवस्थाओ मे पत्र-व्यवहार को केवल सूचना देने का एक साधन माना जाता था, लेकिन आज के प्रगतिशील एवं प्रतिस्पर्धापूर्ण युग मे इसे 'बिक्री का एक निश्चित एव प्रभावशाली साधन' समझा जाता है। किसी सूचना को भेजने के साथ-साथ व्यापारिक पत्र-व्यवहार तीन प्रमुख कार्य करता है —(i) लिखित ब्योरा रखना, (ii) व्यापार को प्रोत्साहित करना, और (iii) साख का निर्माण करना।

(i) लिखित ब्योरा रखना—किसी व्यक्ति की स्मरणशक्ति कितनी भी तीव्र हो, आज के जीवन की जटिलताओ को ध्यान मे रखते हुए तो यह निस्संकोच कहा जा सकता है कि वह प्रत्येक बात को याद नही रख सकता। यदि वह केवल अपनी स्मरण शक्ति पर ही निर्भर रहता है, तो प्राप्त होने वाले सभी पत्रो के सबध मे वह उचित कार्य नही कर सकेगा। अत पत्रो को सभाल कर रख लिया जाता है। जो कोई बात पक्षकारो मे तय होती है उसे भविष्य के हवाले के लिये लिखित रूप दे दिया जाता है। क्रय, विक्रय, साख सूचना एव ऋण की वसूली जैसे कार्यों के सम्बन्ध मे तो पत्र-व्यवहार का एक विशेष महत्व है क्योकि काम का एक भी शब्द छूट जाने से बेकार व्यय तथा मतभेद उत्पन्न होने का भय रहता है। इस प्रकार पत्र-व्यवहार व्यापार के सुसचालन मे सहायता देने के साथ-साथ मतभेद विषयक मामलो मे साक्ष्य का कार्य भी करता है।

(ii) व्यापार को प्रोत्साहित करना—आजकल बडे पैमाने पर उत्पादन होने से उत्पादित वस्तुओ को बेचने की समस्या भी जटिल हो गई है। अब उत्पादन, प्रशासन व वितरण की सभी अवस्थाओ मे पत्र-व्यवहार करना पडता है। वितरण के क्षेत्र मे तो पत्र-व्यवहार का महत्व अपरम्पार है। बिक्री का कार्य करने के लिये पत्रो को व्यापार के लगभग सभी कार्य करने पडते हैं। वे सभावित ग्राहको से सम्पर्क स्थापित करते हैं, उनको वस्तुओ की किस्म व प्रयोग से परिचित कराते हैं और 'माँग' पैदा करते हैं। पहले पूछताछ की जाती है और फिर इनके बदले 'निख' भेजे जाते हैं। इसके पश्चात् आदेश, प्राप्ति स्वीकृति, साख की सुविधा, भुगतान आदि का क्रम चलता है। इसी प्रकार बिक्री सम्बन्धी पत्र बैको या बीमा कम्पनियो के साथ पत्र-व्यवहार करने की आवश्यकता भी पैदा कर देते हैं। सक्षेप मे बिक्री से सम्बन्धित पत्र, व्यापार के सभी पहलुओ को स्पर्श करते हैं।

(iii) साख का निर्माण करना—प्राय सभी पत्रो के दो उद्देश्य होते हैं। एक कुशल मित्र, प्रस्तुत करके वे अपना तात्कालिक उद्देश्य तो पूरा कर ही देते हैं। साथ ही ग्राहको को भविष्य मे उपयोगी होने का आश्वासन देकर उन्हे आगे भी आदेश देते रहने के लिये प्रेरित करते हैं तथा इस प्रकार फर्म के लिये ख्याति का निर्माण करते हैं। वास्तव मे किसी पत्र को तब तक अपने उद्देश्य मे सफल नही माना ज

सकता जब तक कि वह फर्म ख्याति के निर्माण मे सहयोग नही देता। उदाहरण के लिये, एक पत्र के द्वारा हिसाब का रुपया वसूल किया जा सकता है, लेकिन यदि वह पत्र नम्र भाषा मे नही लिखा गया है, तो इससे ग्राहक सदा के लिये बिगड जाता है। इसी प्रकार यदि उधार की सुविधा देने की अस्वीकृति का पत्र सावधानी व नम्रता के साथ नही लिखा गया है, तो वह व्यापार को हानि पहुँचाने का कारण बन सकता है। व्यापार मे साख, ऋण की वसूली, शिकायत आदि कुछ ऐसी बाते हैं जो कि बहुत नाजुक हैं और इनके सम्बन्ध मे किसी अनुभवी व जिम्मेदार व्यक्ति को ही पत्र-व्यवहार का कार्य सुपुर्द करना चाहिये। वास्तव मे साख की उत्पत्ति वह आधारशिला है जिस पर एक विशाल व्यापारिक भवन का निर्माण किया जाता है।

अभ्यास के प्रश्न

१. पत्र कितने प्रकार के होते हैं ? प्रत्येक की परिभाषा दीजिये।

२. व्यापारिक पत्र से आपका क्या आशय है ? इसका ध्येय बतलाइये।

३ वर्तमान युग मे 'व्यापारिक-पत्र-व्यवहार' के महत्व पर प्रकाश डालिये।

४ "किसी सूचना को भेजने के साथ-साथ व्यापारिक पत्र-व्यवहार तीन प्रमुख कार्य करता है — (i) लिखित ब्योरा रखना, (ii) व्यापार को प्रोत्साहित करना तथा (iii) साख का निर्माण करना।" व्यापारिक पत्र-व्यवहार के इन कामो की विस्तृत व्याख्या कीजिये।

२.

एक अच्छे पत्र के लक्षण
(Kinds of a Good Letter)

प्रारम्भिक—आज का व्यापारी बहुत व्यस्त रहता है। उसके पास प्रतिदिन बहुत बड़ी संख्या में अनेक पत्र आते हैं तथा अनेक बाहर भेजे जाते हैं। अधिक कार्य व्यस्त होने के कारण वह प्रत्येक पत्र पर व्यक्तिगत ध्यान नहीं दे सकता। अतः यह नितान्त आवश्यक है कि व्यापारिक पत्र इस ढंग से लिखे जायें कि जिससे कि पाने वाला व्यक्ति उसको पढ़ने के लिये तत्काल आकर्षित हो जाये एवं अपना पूर्ण ध्यान दे। पत्र के अनाकर्षक होने की दशा में कोई भी व्यक्ति व्यापारी उसे ध्यान से नहीं पढ़ेगा और संभव है कि उसे रद्दी की टोकरी में डाल दे।

एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र के लक्षण

एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र से हमारा आशय एक ऐसे पत्र से है जो कि अपने उस उद्देश्य की पूर्ति में सफल हो, जिसके लिये वह लिखा गया है। व्यापारिक-पत्र की श्रेष्ठता दो बातों पर निर्भर करती है —

(१) पत्र का बाहरी रूप, और

(२) अन्य आवश्यक लक्षण।

(I) पत्र का बाहरी रूप (Physical Appearence)

किसी पत्र के बाहरी रूप का पत्र के पाने वाले पर सबसे पहला प्रभाव पड़ता है, और यह पहला प्रभाव प्रायः 'अन्तिम' सिद्ध होता है। एक कहावत है कि जो पहलवान पहले चोट करता है विजय प्रायः उसे ही प्राप्त होती है। अतएव भ्रमर रूपी ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करने के लिए व्यापारिक पत्र का बाहरी रूप पराग सदृश सुन्दर एवं आकर्षक होना चाहिये। पत्र के बाहरी रूप को निर्धारित करने वाले प्रमुख घटक निम्नलिखित हैं —

(१) स्टेशनरी—व्यापारिक पत्रों को लिखने के लिये जिस स्टेशनरी का प्रयोग किया जाय, वह व्यापार के प्रकार, प्रगति, और आर्थिक स्तर से मेल खानी चाहिये। इसके लिए मितव्ययिता का भी पूर्ण ध्यान रखना चाहिये। स्टेशनरी इतनी

कीमती नही होनी चाहिये कि व्यापार का व्यय अनावश्यक रूप से बढे । इसके साथ साथ इतनी खराब भी न होना चाहिये जिससे कि वह प्रभावहीन हो जाय। जिस कागज पर पत्र लिखा जाय वह श्रेष्ठ किस्म का होना चाहिये । अच्छा हो यदि इस सम्बन्ध मे मुद्रको (Printers) से सलाह ले ली जाय । अधिकतर विक्रय पत्र (Sales letters) बैंक पेपर पर लिखे जाते हैं। प्रतिलिपियाँ लेने के हेतु साधारण कागज का प्रयोग किया जा सकता है। इसी प्रकार सहकारी सस्थाओ अथवा छोटे व्यापार गृहों मे भी (जहाँ कि सदस्यो अथवा ग्राहकों को प्रभावित करना इतना आवश्यक नही होता) सस्ता कागज प्रयोग किया जा सकता है।

पत्र का बाहरी रूप छः बातों पर निर्भर है

(१) स्टेशनरी ।
(२) कागज का रग ।
(३) कागज का साइज ।
(४) लिफाफा, कार्बन व रिबन ।
(५) टाइप ।
(६) पत्र को मोडना व लिफाफा ।

(२) कागज का रंग—व्यापारिक-पत्र व्यवहार के लिये प्राय सफेद कागज का ही प्रयोग किया जाता है कुछ व्यापारिक गृहो मे रगीन कागजो का ही उपयोग शुरू हो गया है । यदि रंगीन कागज का प्रयोग किया जाय, तो इस बात का ध्यान रखना चाहिये कि लिखने वाली स्याही अथवा टाइप के रिबन का रग ऐसा हो जोकि कागज के रग से मेल खाये ।

(३) कागज का साइज—अधिकांशतः व्यापारिक कार्यालयो मे लेटरपैड की दो साइजे अधिक प्रचलित हैं—(१) १०"×८" और (२) ५½"×८½"। कभी-कभी ८¾"×११¾" अथवा ६"×८½" साइज वाले कागजों का भी प्रयोग किया जाता है। साइज के सम्बन्ध मे कोई नियत नियम नही है। व्यापार की आवश्यकताओ के अनुसार तथा पत्र की विषय-सामग्री के अनुसार कागज का साइज रखा जा सकता है।

(४) लिफाफा, कार्बन व रिबन—व्यापार गृहो मे आयताकार (चौकोर नही) लिफाफो का प्रयोग किया जाता है। ३⅝×६" से ३½"×६¾" की साइज के लिफाफे अधिक प्रयोग किये जाते हैं। जिन पत्रों के साथ अन्य प्रलेख भी नत्थी किये जाते हैं, उनके लिये ४⅞"×६½" से ५"×११" की साइज वाले लिफाफे प्रयोग किये जा सकते हैं। लिफाफो के नीचे बाये कोने मे प्रेषक या भेजने वाले का पता छपा रहता है। इससे पोस्ट ऑफिस को, प्राप्तकर्त्ता के न मिलने की दशा मे, डाक लौटाने मे सुविधा रहती है। पता छापने से एक लाभ यह भी होता है कि कारखाने के अन्य कर्मचारी अपने व्यक्तिगत कामो के लिये इनका प्रयोग नही कर सकते।

जहाँ तक कार्बन व रिबन का सम्बन्ध है, काला रग ही अधिक प्रचलित है।

(५) टाइप—यदि कोई व्यापारिक पत्र टाइप करके भेजा जा रहा है, तो ऐसी दशा में नीचे दी हुई छह बातो का ध्यान रखना चाहिए :—

(अ) सजावट—पत्र बड़ी सजधज के साथ टाइप किया जाना चाहिए। ऊपर नीचे, दाँये व बाये पर्याप्त मार्जिन छोड़ना चाहिए। लाइनों के बीच की 'स्पेस' भी प्राय 'डबल' होती है, लेकिन अधिक विषय सामग्री होने की दशा मे इकहरी स्पेस (Single spacing) पर पत्र टाइप किये जा सकते हैं। तिहरी स्पेस (Trible spacing) पर कभी भी व्यापारिक पत्रों को टाइप नहीं करना चाहिए।

(आ) मार्जिन—पत्र के बाईं ओर प्राय ½" × १½" तक का मार्जिन छोड़ा जाता है। पत्र के दाईं ओर इसमे आधा मार्जिन होना चाहिए। दाईं ओर के मार्जिन के लिए टाइपिस्ट को मशीन मे बजने वाली घन्टी का विशेष ध्यान रखना चाहिये।

(इ) पैरा—इस सम्बन्ध मे दो स्टाइल है—इङ्गलिश व अमेरिकन। इङ्गलिश स्टाइल के अनुसार ५ से १० डिग्री तक की स्पेस नए पैरा के लिए छोड़नी चाहिए। अमरिकन स्टाइल मे प्रत्येक नया पैरा मार्जिन से ही प्रारम्भ करते हैं। हाँ, यह अवश्य है कि एक पैराग्राफ समाप्त होने के बाद तथा दूसरा शुरू होने के पहले डबल या ट्रिपल स्पेस देते हैं, जिससे कि दोनो पैराग्राफ अलग मालूम दे।

(ई) शुद्धता—टाइपिस्ट को शुद्धता का विशेष ध्यान रखना चाहिए। ऐसी कोशिश करनी चाहिए कि एक भी पूर्ण गलती या ओवर टाइपिंग न हो। रबर का प्रयोग कम से कम करना चाहिए और यदि किया भी जाय, तो अत्यन्त सावधानी के साथ।

(उ) एकरूपता—पत्र इस ढग से टाइप करना चाहिए कि सब अक्षर एकसे प्रतीत हो अर्थात् ऐसा न हो कि कुछ गहरे हो तथा कुछ हलके।

(ऊ) रेखाकरण—पत्र के अन्दर लिखी जाने वाली उन बातो को रेखाकित (Under line) कर देना चाहिए जिन पर कि प्राप्तकर्ता का ध्यान विशेष रूप से आकर्षित करना हो।

(६) पत्र को मोड़ना व लिफाफो मे रखना—पत्र को बड़ी सावधानी से मोड़ना चाहिए, जिससे कि एकरूपता का आभास हो और कही भी अनावश्यक सलवटे न पड़े। बड़े व्यापारिक गृहों मे इसके लिये फोल्डिंग मशीनों का प्रयोग किया जा सकता है। पत्र के लिये जिन लिफाफो का प्रयोग किया जाता है वे पत्र की साइज से मेल खाये। लिफाफे के ऊपर पाने वाले का पता साफ-साफ तथा बीच मे लिखना चाहिए। नीचे बाये कोने मे प्रेषक का पता दिया जा सकता है। जहाँ पारदर्शी लिफाफो (Window envelopes) का प्रयोग किया जाता हो, वहाँ पत्र को लिफाफो मे इस ढग से मोड़कर रखना चाहिए कि जिससे पाने वाले का पता स्पष्ट दिखाई पड़े। गोपनीय पत्रो पर सील भी लगा देनी चाहिए। जो पत्र 'स्थानीय', 'व्यक्तिगत', 'अति आवश्यक, शीघ्र सुपुर्दगी', 'रजिस्टर्ड' अथवा 'एयरमेल से जाने वाले' हो, उन पर (Local, Personal, Urgent, Express Delivery, Registered, Airmail आदि शब्द लिख देने चाहिये। इसके बाद लिफाफे पर पर्याप्त टिकट लगा देने चाहिये।

(ii) एक श्रेष्ठ पत्र के अन्य लक्षण

एक श्रेष्ठ पत्र के प्रमुख अन्य लक्षण निम्नलिखित है—

> **एक श्रेष्ठ पत्र के अन्य छ लक्षण हैं**
> (१) पूर्णता।
> (२) नम्रता।
> (३) शुद्धता।
> (४) स्पष्टता।
> (५) संक्षिप्तता।
> (६) प्रभावशाली।

(१) पूर्णता—पत्र मे सभी आवश्यक बातो का समावेश होना चाहिए। कोई ऐसी बात लिखने में न रह जाय, जो कि प्राप्तकर्ता को जाननी आवश्यक हो, अन्यथा उसे दुबारा लिखकर पूछताछ करनी पड़ेगी, जिसमे अनावश्यक व्यय और समय लगेगा। उदाहरण के लिये माल सम्बन्धी आदेश देते समय, माल की किस्म, मात्रा, कीमत, पैकिंग का ढग सुपुर्दगी का समय और भुगतान की विधि के बारे मे पूर्ण सूचना देना आवश्यक होना है।

(२) नम्रता—यह आवश्यक है कि एक व्यापारिक पत्र नम्र हो। जो भाषा प्रयोग की जाये वह शिष्टतापूर्ण एवं नम्र होनी चाहिये और 'धन्यवाद' 'कृपया', 'अनुकूल' इत्यादि शब्दो का आवश्यकतानुसार प्रयोग करना चाहिए। याद रखिये कि नम्रता हमे अन्य लोगो की श्रद्धा व सहानुभूति दिला देती है जबकि हमे इसके लिए कुछ नही देना पड़ता। नम्रता का प्रदर्शन न केवल नम्र भाषा का प्रयोग करके वरन् शीघ्र उत्तर देकर तथा उचित प्रार्थनाओ को कार्यान्वित करके भी किया जा सकता है। अशिष्ट भाषा के प्रयोग से बचना चाहिए। शिकायत, भुगतान आदि से सम्बन्धित पत्र-व्यवहार के सम्बन्ध मे विशेष सजगता की आवश्यकता है। लेकिन नम्रता की एक सीमा होनी है। इतनी नम्र भाषा का प्रयोग करना भी अच्छा नही होता कि पाने वाले को यह अनुभव हो कि उसकी खुशामद की जा रही है।

(३) शुद्धता—पत्र मे कोई भी असत्य या भ्रमात्मक बात नही लिखी जाय। जहां तक हो सके त्रुटियो से बचा जाय, क्योंकि इनमे व्यर्थ मे असुविधा होती है। सभी तथ्य व आंकडे (जैसे कि निर्ख, शर्तें आदि) यथासम्भव शुद्ध होने चाहिए। बिल, प्रोनोट, हुण्डी, बीजक, खाता-विवरण आदि महत्त्वपूर्ण प्रलेखो को तो अति सावधानी से तैयार करना चाहिए।

(४) स्पष्टता—पत्र की भाषा यथासंभव सरल होनी चाहिए, जिससे कि उसका सही-सही अर्थ समझा जा सके। इस हेतु दुविधाजनक, कड़े व भ्रमपूर्ण शब्दों एव वाक्यांशो का प्रयोग नही करना चाहिए। पत्र को स्पष्ट भाषा मे लिखने के लिए यह आवश्यक है कि लेखक को विषय सामग्री का पूर्ण ज्ञान हो।

(५) संक्षिप्तता—पत्र लिखते समय अनावश्यक शब्द एवं विषय नहीं देना चाहिए। घुमा-फिराकर लिखना या दोहराना या अनावश्यक विचार विमर्श करने की

प्रवृत्ति से बचना चाहिए क्योंकि इससे पत्र अनावश्यक लम्बा हो जाता है। आज का व्यापारी इतना व्यस्त होता है कि वह पत्रों को पढ़ने में अधिक समय नहीं देना चाहता। लेकिन संक्षिप्त लिखने का यह अभिप्राय नहीं है कि पत्र का विषय पूर्ण न बनाया जाय अथवा शुद्धता का परित्याग कर दिया जाय या शिष्टाचार को छोड़ दिया जाय अथवा व्याकरण के नियमों को ध्यान में न रखा जाय।

(६) प्रभावपूर्ण—एक पत्र की भाषा प्रभावोत्पादक होनी चाहिए। उसमें शब्दों का चुनाव इस तरह होना चाहिए कि पढ़ने वाला उससे प्रभावित हो, और साथ ही एक ऐसी तर्कशैली अपनाई जाय जो कि पाठक को उस दिशा में सोचने के लिए प्रेरित करे जिससे कि लेखक चाहता है।

अभ्यास के प्रश्न

१ एक श्रेष्ठ व्यापारिक-पत्र से आपका क्या आशय है? इसके प्रमुख लक्षणों पर विस्तार से प्रकाश डालिये।

२ "किसी पत्र के बाहरी रूप का पत्र के पाने वाले पर सबसे पहला प्रभाव पड़ता है" और यह प्रभाव प्राय अन्तिम सिद्ध होता है।" इस कथन को स्पष्ट करते हुए पत्र के बाहरी रूप को निर्धारित करने वाले घटकों की विवेचना करिए।

३ पत्र को टाइप करते समय किन-किन बातों का ध्यान रखना चाहिए।

४ एक श्रेष्ठ पत्र के प्रमुख लक्षण कौन-कौन से हैं? सविस्तार वर्णन कीजिए।

३.

व्यापारिक पत्र का स्वरूप
(Form of a Business Letter)

प्रारम्भिक—एक व्यापारिक पत्र इस प्रकार लिखना चाहिये, जिससे कि उसका प्राप्तकर्ता उस पर एक दृष्टिमात्र डाल कर यह जान सके कि पत्र कहाँ से आया है, किसने लिखा, किस बारे मे लिखा है, आदि। लेखक को चाहिये कि पत्र लिखने का जो ढग प्रचलित है उसमे परिवर्तन न करे, वरन् उसका कड़ाई से पालन करे। एक व्यापारिक पत्र के प्राय निम्नलिखित अग होते हैं :—

व्यापारिक-पत्र के ढग

(१) शीर्षक।
(२) तारीख।
(३) प्राप्तकर्त्ता का नाम व पता।
(४) अभिवादन।
(५) विषय-शीर्षक।
(६) पत्र का विषय।
(७) अन्तिम प्रशसात्मक वाक्य।
(८) हस्ताक्षर।
(९) संलग्न पत्र।
(१०) पुनश्च।
(११) लिपिक के हस्ताक्षर।

शीर्षक के अन्तर्गत निम्न का समावेष किया जाता है — (अ) फर्म का नाम, (आ) व्यापार व व्यवसाय की दिशा (इ) पता, (ई) तार का पता, (उ) टेलीफून नम्बर, (ऊ) कोड का नाम, एव अन्य बातें जो कि पत्र-व्यवहारको की सुविधा के लिये देना आवश्यक हो। चूकि इन्हे प्रत्येक पत्र मे देना पडता है, इसलिये बार बार लिखने की परेशानी से बचने के लिये एव श्रेष्ठता के लिये इन्हे लैटर पेपर पर कलात्मक ढग से मुद्रित करा लिया जाता है। फर्म का नाम बीच में पत्र के ऊपरी भाग पर दिया जाता है, तार का पता, टेलीफून नम्बर और कोड का नाम प्राय इसके नीचे उल्टे हाथ की ओर छपाया जाता है जबकि दुकान का नम्बर, मुहल्ला व शहर का नाम सीधे हाथ की ओर छपाये जाते हैं। शीर्षक के सम्बन्ध मे निम्नलिखित महत्वपूर्ण नियमों का पालन करना चाहिये —

(i) उल्टे हाथ की ओर दी जाने वाली सूचनायें मार्जिन से एक समान दूरी पर प्रारम्भ की जानी चाहिये, उनमें से प्रत्येक के बाद 'कोलन' ( ) लगा देना चाहिये तत्पश्चात् सम्बन्धित नाम या संख्या दी जाय।

व्यापारिक पत्र का स्वरूप-

(१) शीर्षक

तार का पता ------ (पता)

टेलीफोन नं० ------

कोड ----- (२) दिनांक ----

क्रम संख्या ------

(३) (अन्दर का पता)

(४) (अभिवादन)

(५) (विषय शीर्षक) ------ (प्रारम्भिक)

(मुख्य विषय)

(सारांश)

५ पत्र का विषय

(७) (अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य)

(८) (हस्ताक्षर) ------

(९) (पद) ------

(१०) संलग्न ----

(११) पुनश्च ----

(१२) लि० हु० ----

(ii) फर्म के नाम के बाद 'कोमा' या 'फुलस्टाप' नहीं लगाना चाहिये।

(iii) सीधे हाथ की ओर, प्रत्येक सूचना पहली सूचना से ५ 'स्पेस' (Spaces) हटाकर दी जावे।

उदाहरण के लिये —

साहित्य भवन पुस्तक विक्रेता, एवं प्रकाशक	
तार का पता : "बुक आगरा"।	सुई कटरा,
टेलीफोन न० ४५६३	आगरा।
कोड ए बी सी (द्वितीय संस्करण)	
क्रम संख्या :—	

(२) तारीख (Date)—इसे बताना अनावश्यक है कि प्रत्येक पत्र पर तारीख दी जाना अति आवश्यक है। यह भी आवश्यक है कि तारीख 'पूरी' दी जानी चाहिए, क्योंकि तारीखों की शुद्धता पर ही कभी-कभी कानूनी निर्णय आधारित होते हैं। कुछ समय पूर्व तारीख 'शीर्षक' के ही एक भाग के रूप में छपाई जाती थी लेकिन अब ऐसा नहीं होता। आजकल तो इसे टाइप कर दिया जाता है या हाथ से लिखा जाता है। तारीख सीधे हाथ की ओर शहर के नीचे दी जाती है। अब पत्र के मध्य भाग में तारीख देना लोकप्रिय होता जा रहा है। तारीख कई प्रकार से दी जा सकती है—

(१) १५ $\frac{१}{६०}$, १५-१-६०, १५।१।६०।

(२) जन १५, १६६० (अमेरिकन ढग)।

(३) १५ जनवरी, १६६० (आक्सफोर्ड यूनीवर्सिटी ढंग)।

प्रथम प्रकार के ढग अब अप्रचलित हो गये हैं और इनका व्यापारिक पत्रों में प्रयोग नहीं करना चाहिए।

अन्दर का पता (Inside Address)—'अन्दर के पते' में पत्र पाने वाले का नाम और पता सम्मिलित होता है। पता पूर्ण दिया जाता है, जिससे कि पत्र को देखकर ही कार्यालय का डिस्पेच-क्लर्क लिफाफे पर पता नकल कर सके। पूरा पता देने का एक अन्य लाभ यह है कि वैधानिक कार्यवाही करने पर सम्बन्धित व्यक्ति की 'पहचान' (Identity) स्थापित की जा सकती है।

डिग्रियाँ और पदवियाँ भी लिखी जानी चाहिए लेकिन यदि इनकी संख्या अधिक हो, तो मुख्य-मुख्य डिग्रियाँ व पदवियाँ ही दी जा सकती हैं। लेकिन निम्न को सदा ही देना चाहिए :—फील्डमार्शल, मेजर, कैप्टन आदि। सभी प्रकार के पत्र व्यवहारों में आदरसूचक कुछ शब्द नाम के पहिले जोड़ना उचित समझा जाता है, जैसे—सैयद, हाफिज, मिर्जा, ठाकुर, लाला, पंडित, श्रीयुत्, श्रीमान्, बाबू, मिस्टर आदि अथवा नाम के बाद में 'जी' (Esq) भी लिखा जा सकता है। लेकिन 'मिस्टर' और 'एस्क्वायर' (Mr and Esq) दोनों का एक साथ प्रयोग नहीं करना चाहिए।

स्त्रियों से पत्र-व्यवहार की दशा में अविवाहिता के नाम के पूर्व 'कुमारी' (Miss) और विवाहिताओं के नाम के पूर्व 'श्रीमती' (Mrs.) का प्रयोग

किया जा सकता है। 'वाई' (Bai) शब्द का प्रयोग विवाहिताओं और अविवाहिताओं दोनों के लिये किया जा सकता है।

अन्दर का पता उल्टे हाथ की ओर अभिवादन के ऊपर निम्न किसी ढंग से दिया जाना चाहिए —

दी इम्पीरियल इलैक्ट्रिक स्टोर्स पवन चक्की, महेन्द्रगढ (अंग्रेजी ढंग)

दी इम्पीरियल इलैक्ट्रिक स्टोर्स,
पवन चक्की,
महेन्द्रगढ। (अमेरिकन ढंग)

व्यापारिक पत्र निम्न को सम्बोधित किया जा सकता है —

(अ) एक व्यक्ति (ब) एक फर्म (स) एक लिमिटेड कम्पनी (ड) एक सोसायटी एवं (य) एक सरकारी विभाग। प्रत्येक दशा में 'अन्दर के पते' के कुछ नमूने इस प्रकार हैं —

(अ) व्यक्ति —इस शीर्षक के अन्तर्गत एक प्राइवेट व्यक्ति, एक व्यावसायिक व्यक्ति (जैसे वकील या डाक्टर आदि), एक स्त्री (विवाहित या अविवाहित) अथवा एक व्यापारी सम्मिलित हो सकता है।

श्री एस सी मित्तल, एम कॉम,
२७, बेलनगंज,
आगरा।

प्रोफेसर एस. सी मित्तल, एम कॉम,
२७, बेलनगंज,
आगरा।

कुमारी इन्द्रा शर्मा,
२०, कटरा,
इलाहाबाद।

श्रीमती इन्द्रा शर्मा,
२०, कटरा,
इलाहाबाद।

(ब) फर्म—एक फर्म अपना व्यापार एक वैयक्तिक अथवा अवैयक्तिक नाम से चला सकती है अथवा उसका नाम अंशत वैयक्तिक एवं अंशत अवैयक्तिक हो सकता है। वैयक्तिक नामों के लिये 'सर्वश्री' (Messrs—Mister या Mr का बहुवचन) या 'सर्वश्रीमती' (Medames-Madam का बहुवचन) और अवैयक्तिक नामों के लिये 'दी' लिखा जाता है। (हिन्दी में पत्र-व्यवहार करते समय 'दी' का प्रयोग नहीं किया जाता।)

सर्वश्री राममोहन एवं बंधु,
कटरा,
इलाहाबाद।

सर्व श्रीमती राधिका एवं भगिनी,
२३, नौबस्ता,
आगरा।

The Sahitya Bhawan
2732, Sueekatra,
AGRA

साहित्य भवन
२७३२, सुई कटरा,
आगरा।

यदि फर्म के नाम में कोई पदवी सम्मिलित हो, तो सर्वश्री का प्रयोग नहीं करना चाहिए, जैसे —

पदमश्री किशोर कुमार एन्ड सन्स,
हरी पर्वत,
आगरा।

(स) एवं (व) लिमिटेड कम्पनियाँ तथा सोसायटियाँ :—इन संस्थाओं का वैयक्तिक नाम होने की दशा मे सर्वश्री (Messrs) का प्रयोग किया जाता है। अवैयक्तिक नाम की दशा मे 'दी' (The) का प्रयोग करते हैं। यदि नाम मे पदवी सम्मिलित हो तो 'सर्वश्री' या 'दी' का प्रयोग नही करते। उदाहरण के लिये —

ग्वालियर इलैक्ट्रिक सप्लाई कम्पनी लिमिटेड,
इन्द्रगंज,
ग्वालियर।

The Gwalior Electric Supply Company Ltd,
Inderganj,
Gwalior

सर्वश्री हरप्रसाद एन्ड कम्पनी, लि०
बडू बाजार,
कलकत्ता।

प्राय कम्पनियो व सोसायटियो को भेजे जाने वाले पत्र उनके मुख्य अधिकारियो को (जैसे कि मैनेजिंग डायरेक्टर, सेक्रेटरी, मैनेजर, इत्यादि) सम्बोधित किये जाते हैं। ऐसी दशा मे इस अधिकारी का पद 'दी' (The) का प्रयोग करते हुए अन्दर के पते मे देना चाहिये, यथा

The Manager,
The New Assurance Co Ltd,
Agra

मैनेजर,
न्यू इन्डिया इन्स्योरेन्स कम्पनी लिमिटेड,
बम्बई।

(य) सरकारी विभाग.—किसी सरकारी विभाग को भेजे जाने वाले पत्र उसके विभाग के अध्यक्ष को सम्बोधित किये जाते है। अत अन्दर के पते मे उसका सरकारी पद भी विभागीय नाम के साथ दे देना चाहिए किन्तु उस अधिकारी का व्यक्तिगत नाम नही देना चाहिये। जैसे,

The District Magistate,
Varanasi

The Registrar,
Co-operative Societies
Uttar Pradesh
Lucknow.

(३) अभिवादन (The Salutation)—जिस प्रकार दो व्यक्ति मिलने पर वार्ता प्रारम्भ करने के पूर्व परस्पर गुडमार्निंग नमस्कार, जयजिनेन्द्र, इत्यादि कहते हैं उसी प्रकार पत्र द्वारा 'भेंट' करने की दशा में पत्र की विषय रूपी वार्ता प्रारम्भ करने के पहिले पत्रों में कुछ शिष्टाचारपूर्ण शब्दों का प्रयोग किया जाता है, जिन्हें 'अभिवादन' कहते हैं। इस सम्बन्ध में यह उल्लेखनीय है कि 'अभिवादन' लिखने पर लोगों का ध्यान इतना नहीं जाता जितना कि इसका अभाव उन्हें खलता है।

चूँकि व्यापारिक पत्र प्राइवेट पत्रों की अपेक्षा अधिक औपचारिक (Formal) ढंग से लिखे जाते है, इसलिये उनमें प्रयोग किया जाने वाला अभिवादन का ढंग प्राइवेट पत्रों से भिन्न होता है। व्यापारिक पत्रों में अभिवादन पाने वाले के नाम व पते के नीचे दिया जाता है और इसका रूप लेखक और प्राप्तकर्ता के बीच वैयक्तिक सम्बन्धों के अनुसार भिन्न होता है। नीचे अभिवादन के कुछ प्रचलित रूप दिये जाते हैं, जिनका व्यापारिक पत्रों में अधिक प्रयोग होता है —

(अ) व्यक्तियों को पत्र लिखते समय —

Dear Sir (प्रिय महोदय)

Dear Madam (प्रिय महोदया) या केवल (महोदया)

Sir (श्रीमान् जबकि पत्र किसी सरकारी अधिकारी या किसी सम्पादक को लिखा जाय।)

My Dear Sir (मेरे प्रिय श्री) जबकि पत्र पानेवाले के साथ अधिक घनिष्टता हो।

(ब) एक फर्म या कम्पनी को पत्र लिखते समय

Dear Sirs (प्रिय महोदय)

Dear Madames (प्रिय महोदया) जबकि फर्म की सभी साझेदार स्त्रियाँ है।

My Dear Sirs (मेरेप्रिय श्री) घनिष्टता की दशा में।

Gentlemen (महोदय, श्रीमान्)

Sir अथवा Madam का प्रयोग बहुत औपचारिक होने के कारण सरकारी पत्रों में अधिक प्रयोग किये जाते हैं, व्यापारिक पत्रों में नहीं। बिक्री पत्रों में कभी-कभी Dear Customer (प्रिय ग्राहक) या Dear Subscriber (प्रिय चन्दा दाता) का भी प्रयोग किया जाता है।

प्रत्येक अभिवादन के पश्चात् कौमा (Comma) लगा देना चाहिए।

(४) विषय शीर्षक (Subject Heading) —कभी-कभी, अभिवादन के पश्चात् कुछ फर्म, पत्र का संक्षिप्त विषय अभिवादन के नीचे मध्य भाग में दे देती हैं। इसे 'विषय शीर्षक' कहा जाता है। इसमें दो लाभ होते हैं—(१) पत्र पढ़नेवाले का ध्यान आकर्षित हो जाता है और वह विषय को शीघ्रता से समझ लेता है, (२) पत्रों को फाइल करने में सुविधा हो जाती है। 'विषय शीर्षक' के निम्न उदाहरण हैं :—

प्रिय महोदय,

एम्बैसेडर कार के लिए पूछताछ

Dear Sir,

Re: Enquiry for Ambassador car

(६) पत्र का विषय (Body of the Letter)—यह पत्र का मुख्य भाग है और इसमे भेजे जानेवाला सन्देश लिखा जाता है। इसे बड़ी सावधानी से, पूर्व वर्णित अच्छे पत्र के सभी लक्षणो को ध्यान मे रखते हुये, लिखना चाहिये। प्राय इसके तीन अङ्ग होते हैं :—

(अ) प्रारम्भिक (The Opening),
(ब) मुख्य विषय (The Middle) एवं
(स) साराश (The End)।

(अ) प्रारम्भिक—यह पत्र का परिचयात्मक भाग होता है और इसकी स्थिति के कारण इसका विशेष महत्व होता है। यह पढने वाले के मस्तिष्क पर बड़ा प्रभाव डालता है और आगे आनेवाली बातो के लिए तैयार करता है। कहावत प्रसिद्ध है कि यदि प्रारम्भ अच्छा है, तो आधी सफलता मिली समझिए (Well begun is half done)। अत प्रारम्भिक पैराग्राफ ऐसा होना चाहिए कि जो पाठक के मस्तिष्क मे रुचि और कौतूहल पैदा कर दे। बाद के पैराग्राफो का काम तो उस रुचि को बनाये रखना, उसे 'इच्छा' मे परिणित करना तथा अन्त मे कार्य करने के लिए प्रेरित करना है। प्रारम्भिक पैराग्राफ का इतना अधिक महत्व होते हुए भी इसके लिखने मे बहुत कम सावधानी रखी जाती है, जिससे कि वह दुर्बल रह जाता है और प्रभाव डालने मे असमर्थ रहता है।

प्रारम्भिक पैराग्राफ सक्षिप्त एवं प्रभावशाली होना चाहिए। इसकी शब्दावली पत्र-व्यवहार के स्वभाव पर निर्भर है। जो पत्र लिखा जा रहा है वह (i) किसी पत्र के उत्तर मे हो सकता है, (ii) उसी विषय पर किसी पूर्व पत्र या पत्रो की शृङ्खला (Continuation) मे लिखा जा सकता है, अथवा (iii) नये विषय पर भेजा जा सकता है।

जब प्रस्तुत पत्र किसी नये विषय पर लिखा जा रहा है, तो प्रारम्भिक पैराग्राफ लिखने मे कुछ कठिनाई होती है। इसकी रचना परिस्थितियो के अनुसार अलग-अलग हो सकती है। प्राय इस दशा मे पत्र प्राप्तकर्त्ता का परिचय कैसे प्राप्त हुआ यह बतलाता है अथवा सीधे विषय सामग्री से प्रारम्भ किया जा सकता है। नीचे इस प्रकार के प्रारम्भिक पैराग्राफ के कुछ प्रभावशाली नमूने दिये गये हैं —

आपके नगर के सर्वश्री बनारसीदास एन्ड सन्स ने हमे आपका नाम हवाले के रूप मे दिया है।

आपका नाम हमे 'अमृत पत्रिका सिण्डीकेट' द्वारा इस विश्वास से दिया गया था

कि संभवत आप हमारे अत्यन्त लोकप्रिय 'दैनिक पत्र' विस्फोट की बिक्री में रुचि लेंगे।

क्या मैं आपका ध्यान इस वर्ष की एम कॉम परीक्षा के लिए बनाये गये 'आर्गनाइजेशन एन्ड मैनेजमेंन्ट ऑफ इन्डस्ट्रीज विषयक पत्र की ओर दिला सकता हूँ, जोकि बहुत 'कड़ा' था ?

हम सगर्व सूचना देते हैं कि अब समस्त योजना पूर्ण हो गई है और नवीन मॉडल की कारों का निर्माण प्रारम्भ हो गया है।

अन्य दो प्रकार के पत्रों में प्रारम्भिक पैराग्राफ का उद्देश्य पिछले पत्र-व्यवहार के साथ प्रस्तुत पत्र का सम्बन्ध जोड़ना होता है। अधिकांश पत्र पिछले पत्रों के उत्तर में ही लिखे जाते हैं। ऐसे पत्रों में जिस पत्र के साथ सम्बन्ध जोड़ना हो उसकी क्रम संख्या व तिथि का उल्लेख किया जाता है। इसमें प्राप्तकर्त्ता को अपने पत्र की प्रतिलिपि खोजने में सुविधा होती है। यदि प्राप्तकर्त्ता के हवाले की क्रम संख्या भी भेजने वाले के क्रमांक के साथ ही दे दी गई है, तो प्रारम्भिक पैराग्राफ में हवाले की क्रम संख्या (Reference number) देने की कोई आवश्यकता नहीं है। कुछ व्यापारी पूर्व पत्र *का सारांश भी दे देते हैं। यदि सारांश दिया जाय तो वह बहुत संक्षिप्त होना चाहिए।* सच तो यह है कि जब अभिवादन के नीचे विषय शीर्षक अलग से दे दिया गया हो, तो इस प्रकार सारांश प्रारम्भिक पैराग्राफ में देना महत्वहीन है। इस प्रकार के प्रारंभिक पैराग्राफों के कुछ नमूने नीचे दिये जाते हैं —

हमें आपका पत्र दिनांक २६ जनवरी, १९६० प्राप्त हुआ। २६ जनवरी १९६० के आपके पूछताछ पत्र के लिए धन्यवाद। २६ जनवरी १९६० को मैंने आपको के बारे में लिखा था।

२६ जनवरी १९६० का आपका पत्र प्राप्त हुआ, जिसमें आपने यह सूचित किया है कि इस वर्ष और अगले वर्ष के लिए आपको आयात का लाइसेन्स मिलने की आशा है।

नोट —कभी-कभी 'दिनांक' सूचित करने के लिए कुछ संक्षिप्त रूप प्रयोग किये जाते हैं। यदि किसी ऐसे दिन के पत्र का हवाला देना है जो कि उसी माह में आया था जिसमें कि प्रस्तुत पत्र लिखा जा रहा है, तो 'Inst' (पूर्णरूप Instant) शब्द का महीना व सन् के स्थान में प्रयोग करते हैं, यथा —

With reference to your letter, dated the 20th Inst

यदि पिछले माह की किसी तिथि का हवाला देना हो, तो Ult (पूर्णरूप Ultimo) शब्द का प्रयोग करना चाहिए। यथा —

With reference to your letter, of the 20th Ult

यदि किसी आनेवाले माह की तिथि का हवाला देना हो, तो Prox (Proximo) शब्द का प्रयोग किया जाता है, यथा —

Our salesman is expected to meet you on the 25th prox

आजकल inst, ult, एवं prox शब्दों का प्रयोग निरुत्साहित किया जाता है और दिनांक पूर्ण लिखा जाने लगा है।

(ब) मुख्य विषय—पत्र के इस भाग मे वास्तविक सन्देश लिखा जाता है जो कि प्राप्तकर्ता को सूचित करना है। यदि सन्देश संक्षिप्त है, तो वह एक पैराग्राफ मे लिखा जा सकता है। यदि सन्देश लम्बा है, तो उसके स्वभाव के आधार पर कई पैराग्राफ बनाये जा सकते हैं। प्रत्येक नवीन पहलू के लिए एक पृथक् पैरा रखना चाहिए और यदि सम्बन्धित विषय जटिल है, तो सुविधा के लिए प्रत्येक पैरा का शीर्षक भी साथ मे दे देना चाहिए। जहाँ तक सभव हो प्रत्येक पैराग्राफ छोटा ही होना चाहिए परन्तु यदि परिस्थिति ऐसी है कि लम्बा स्पष्टीकरण देना आवश्यक है, तो पैराग्राफ बड़ा भी रखा जा सकता है।

यदि पत्र मे दो या दो से अधिक पृष्ठ हो, तो कोरे कागज या विशेष रूप से छपाई गई continuation sheets का प्रयोग करना चाहिए, जिनका कागज लैटरहैड के समान ही हो। एक पैराग्राफ की कम से कम तीन लाइनें प्रथम शीट के अन्त मे दी जानी चाहिए और तब उसे नये पृष्ठ पर ले जावें। यदि पृष्ठ मे कुछ कुटेशन देने हों, जैसे किसी तार या टेलीफोन के सन्देश का हवाला देना हो तो वह महीन अक्षरो मे लिखा जा सकता है या सिंगिल स्पेस मे टाइप किया जा सकता है, जबकि साधारण विषय को प्राय डबल स्पेस मे टाइप करते हैं।

एक पत्र एक विषय से ही सम्बन्धित होना चाहिए। यदि कई विषयों पर सन्देश देना है तो प्रत्येक विषय के लिए एक पृथक् पत्र लिखना चाहिए, क्योंकि बडे व्यापारियो को कार्यालय मे विभिन्न विषयो के प्रबन्ध के लिए अलग-अलग विभाग बना दिये जाते हैं। अत यदि एक ही पत्र मे कई विषयो पर सन्देश लिखा गया है, तो प्राप्तकर्त्ता के कार्यालय को उत्तर देने मे व पत्र फाइल करने मे असुविधा उठानी पडेगी।

(स) सारांश (The end)—किसी पत्र का अन्त करना उतना ही कठिन है जितना कि उसे प्रारम्भ करना। पत्र के अन्तिम भाग का उद्देश्य सन्देश को संक्षेप मे दुहराकर प्राप्तकर्त्ता को कार्य के लिये प्रेरित करना होता है। अत अन्तिम पैराग्राफ की भाषा विश्वासजनक, प्रभावशाली एवं प्रेरणात्मक होनी चाहिये। यदि पैराग्राफ औपचारिक एवं प्रेरणाहीन है, तो सब निरर्थक होगा। कुछ समय से इस पैराग्राफ के लिखने पर विशेष ध्यान दिया जाने लगा है।

इस सम्बन्ध मे दो बातें उल्लेखनीय हैं। प्रथम प्राय अपूर्ण वाक्य इस भाग मे लिख दिये जाते हैं, जो अनुचित हैं, क्योंकि इन्हे पूरा करने के लिये 'अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य' मे अतिरिक्त शब्द बढाने पडते हैं, जैसे —

विश्वास करते हुये कि यह पत्र आपको यथा समय मिल जायेगा,

हम हैं, प्रिय महोदय,
आपके शुभचिंतक,

Trusting this will reach you in due course,
we are, dear sirs
yours faithfully,

अत यथासंभव अन्तिम पैराग्राफ को पूर्ण वाक्य से ही समाप्त करना चाहिए। दूसरे, यह ध्यान रखना चाहिये कि किसी पत्र में कार्य होने के पहिले धन्यवाद देना उचित नहीं है। इसी प्रकार एक व्यापारिक पत्र को निम्न वाक्यों से ही समाप्त करना भी उचित नहीं लगता —

शुभ भावनाओं के साथ, With good wishes,
अत्यन्त आदर के साथ, With kindest regards

ये वाक्य प्राइवेट पत्रों के लिए उपयुक्त हो सकते हैं। कुछ अच्छे अन्तिम वाक्यों (Closers) के नमूने निम्नलिखित हैं.—

हम आपसे इस माह के अन्त तक उत्तर की आशा रखते हैं।
(We expect to hear from you by the close of this month)
क्या आप ऐसे सुअवसर को खोना पसन्द कर सकते हैं ?
(Can you afford to let this opportunity slip by)
यदि आप हमारे प्रस्ताव को स्वीकार करने का निर्णय करते है, तो कृपया शीघ्र लिखिए।
(If you decide to accepet our offer, write to us at once)
क्या मैं आपसे शीघ्र उत्तर पाने की आशा कर सकता हूँ ?
(May I Look forward to hearin from you soon)

(७) **अंतिम प्रशंसात्मक वाक्य (Complimentary Close)**—जिस प्रकार मौखिक वार्तालाप समाप्त होने पर विदा लेते समय दो व्यक्ति परस्पर 'नमस्कार' इत्यादि कहते हैं उसी प्रकार व्यापारिक पत्रों में पत्र का विषय समाप्त होने पर विदासूचक कुछ शिष्टाचारपूर्ण शब्द लिखे जाते हैं, जिन्हें 'अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य' कहकर सम्बोधित करते हैं। यह वाक्य पत्र के विषय की अन्तिम लाइन से दो या तीन स्पेस नीचे लिखा जाता है और सीधे व उल्टे हाथ के मार्जिनों के बीच इस प्रकार प्रदर्शित किया जाता है कि सम्पूर्ण पत्र के साथ उसका समन्वय हो जाय।

अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य के कई प्रकार हैं किन्तु पत्र में उसी रूप का प्रयोग करना चाहिए जो कि अभिवादन के रूप में मेल खाता हो। उदाहरण के लिए, अभिवादन के अनुसार अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य के निम्नलिखित रूप हो सकते हैं.—

Dear Sirs or Dear sir	Your faithfully,
प्रिय महोदय,	आपका शुभचिन्तक,
Dear Mr''''''' ''	Yours truly,
प्रिय श्री	आपका विश्वासी,
My dear Mr '''	Yours very truly
मेरे प्रिय श्री'''' ''	आपका अत्यन्त विश्वासी,

'Yours sincerely' का प्रयोग मित्रो को प्राइवेट पत्र लिखते समय 'Yours Obediently', Yours obedient servant' 'अथवा' Yours respectfully का प्रयोग सरकारी विभागो द्वारा किया जाता है अन्यथा साधारणत इनका प्रयोग अब नही होता। इसी प्रकार हमे अपने पत्रो को निम्न अन्तिम, प्रशसात्मक वाक्यो से समाप्त नही करना चाहिए—'Yours etc' and oblige' इत्यादि।

अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य के समाप्त होने पर कोमा (,) अवश्य लगाना चाहिए। यदि पत्र के विषय वाले अन्तिम पैराग्राफ अपूर्ण वाक्य लिखकर पत्र को समाप्त किया गया है, तो अन्तिम प्रशसात्मक वाक्य लिखने के पहले उक्त वाक्य को पूर्ण करने वाले शब्द लिख देने चाहिये, जैसे :—

हम हैं,	We are,
आपके शुभचिन्तक,	Yours faithfully,

(८) हस्ताक्षर (Signature)—अन्तिम प्रशसात्मक वाक्य के बाद उससे थोडा नीचे और सीधे हाथ की ओर हस्ताक्षर इस प्रकार आता है कि वह सीधे हाथ के मार्जिन तक समाप्त हो जाय। पत्र तब ही समाप्त माना जाता है जबकि उसपर लेखक अपने हस्ताक्षर करदे। हस्ताक्षर के ही आधार पर पत्र की जिम्मेदारी निश्चित की जा सकती है। हस्ताक्षर के अन्तर्गत, लेखक का नाम (और कभी-कभी उस सस्था का नाम जिसका वह प्रतिनिधित्व कर रहा है एवं उसका पद भी) दिया जाता है। हस्ताक्षरो के सम्बन्ध मे निम्न बातो का ध्यान रखना चाहिये —

(i) हस्ताक्षर स्पष्ट करना चाहिये। कभी-कभी हस्ताक्षर इतने अस्पष्ट होते हैं कि देखने में बुरा लगता है, और साथ ही यह पता लगाना कठिन हो जाता है कि पत्र किसने भेजा है। कुछ लोगो का स्वभाव ही अस्पष्ट हस्ताक्षर करने का हो गया है। प्राप्तकर्ता की सुविधा के लिये हस्ताक्षर के नीचे हस्ताक्षर करने वाले का नाम टाइप कर दिया जाता है। इस प्रकार वास्तविक हस्ताक्षर अन्तिम प्रशसात्मक वाक्य और टाइप के हस्ताक्षर के बीच मे किये जाते हैं।

(ii) हस्ताक्षरो मे प्रोफेसर, श्री, सेठ, डाक्टर इत्यादि शब्दो का प्रयोग नही करना चाहिये, केवल मुख्य नाम ही लिखा जाना उचित है। डिग्रियो को हस्ताक्षर के नीचे टाइप किया जा सकता है।

(iii) हस्ताक्षर सदैव लिखित होने चाहिये। रबड स्टाम्प का प्रयोग अनुचित

है। प्राप्तकर्ता का ध्यान पत्र पर तभी जायगा जबकि लेखक ने उसे अपने लिखित हस्ताक्षर के योग्य समझा हो।

(iv) हस्ताक्षर करने का ढग सदैव एकसा रहना चाहिये, बार-बार इसे बदलना अनुचित है, क्योंकि इससे उनकी प्रामाणिकता कम हो जाती है। यदि सतीश-चन्द्र मीतल ने किसी पत्र मे अपने हस्ताक्षर 'स च मीतल' लिखकर किये हो, तो उसे अपने हस्ताक्षर बदलना नही चाहिये तथा 'स चन्द्र मीतल' लिखकर हस्ताक्षर करना गलत होगा।

(v) किसी भी दशा मे अन्तिम प्रशसात्मक वाक्य एव हस्ताक्षर पृष्ठ के पीछे पत्र के विषय से पृथक् रूप मे नही देना चाहिये।

(vi) निम्न वाक्यो का हस्ताक्षरो के साथ प्रयोग करना प्राप्तकर्ता के प्रति अशिष्टता का सूचक है, अत इनसे बचना चाहिये —

"लिखाया लेकिन टाइप करने के बाद सशोधित नहीं किया।"

"लिखाया लेकिन हस्ताक्षर नही किया।"

"लिखाया लेकिन मेरी अनुपस्थिति मे हस्ताक्षर किये।"

"लिखाया किन्तु पढवाकर नही सुना"

(vii) एक महिला को किसी अपरिचित व्यक्ति के प्रति व्यापारिक पत्र लिखते समय अपने नाम के पहिले या बाद मे कोष्ठको मे यह सूचित कर देना चाहिये कि वह विवाहित है या अविवाहित, यथा —

(अ) (कुमारी) पद्मा श्रीवास्तवा	अविवाहित के लिये।
(ब) कामिनी सक्सेना (श्रीमती न कु सक्सेना)	विवाहिता के लिये।
(स) (श्रीमती) कामिनी सक्सेना	विधवा के लिये।

(viii) प्राय व्यापारिक सस्था का स्वामी ही व्यापार के पत्रो पर हस्ताक्षर करता है। बडे-बडे कार्यालयों मे पत्रो पर हस्ताक्षर करने का अधिकार कार्यालय के कुछ अधिकारियो के सुपुर्द कर दिया जाता है। ऐसी दशा मे ये अधिकारी ही पत्रो पर सस्था की ओर मे अपने हस्ताक्षर करते है। किन्तु यह आवश्यक है कि हस्ताक्षर करने के पूर्व वे उस सस्था का नाम लिख दे, टाइप करादे या मोहर लगादे जिसका कि वे प्रतिनिधित्व कर रहे है और तत्पश्चात् ही अपने हस्ताक्षर करें, अन्यथा वे पत्र के लिए वैयक्तिक रूप मे जिम्मेदार समझे जावेंगे और सस्था पर पत्र की जिम्मेदारी नही आवेगी। हस्ताक्षर करने का अधिकार दो प्रकार से सौंपा जा सकता है (१) विधि-पूर्वक दस्तावेज लिखकर अथवा (२) साधारण रूप से या मौखिक ही। द्वितीय दशा मे हस्ताक्षर करने वाले को सस्था के नाम मे 'के लिये' (for) और प्रथम अवस्था मे 'की ओर से' (Per pro या per Procuration) शब्दों का प्रयोग करना चाहिये। द्वितीय प्रकार मे हस्ताक्षर करने का अधिकार साधारण कर्मचारियो को साधारण पत्रो के सम्बन्ध मे सौंपा जाता है और प्रथम प्रकार से हस्ताक्षर करने का अधिकार बडे या मुख्य अधिकारी को ही दिया जाता है, जो प्राय महत्वपूर्ण पत्रों पर ही हस्ता-

क्षर करता है, क्योकि उमे इतना समय नही मिलता कि वह सभी पत्रो पर स्वय हस्ताक्षर कर सके। अत साधारण पत्रो पर कार्यालय के साधारण कर्मचारी ही साधारण रूप से हस्ताक्षर कर देते हैं, किन्तु सभी महत्वपूर्ण पत्रो पर बड़े अधिकारी के हस्ताक्षर होना चाहिए, अन्यथा उनका प्रभाव कम हो जाता है।

पत्रों पर हस्ताक्षर करने के कुछ नमूने नीचे दिये गये हैं :—

१ आपकी शुभचिन्तिका, महिला वस्त्र सदन, (श्रीमती) निर्मला शर्मा, स्वामिनी	Yours faithfully, Mahila Cloth House (Mrs) Nirmala Sharma, Proprietress
२ आपका शुभचिन्तक, कृष्णकुमार एण्ड कम्पनी की ओर से, हरिहर शर्मा, मैनेजर।	Yours faithfully, Per Pro Krishna Kumar & Co Harihar Sharma, Manager
३. आपका शुभचिन्तक, यू० पी० मोटर्स लिमिटेड के लिये, मोहनदास, अकाउन्टेन्ट।	Yours faithfully, For U P. Motors Limited, Mohandas, Accountant

(६) सलग्न (**Enclosures**)—कभी-कभी मुख्य-पत्र के साथ कुछ अन्य कागजात भी (जैसे कि चैक, बिल्टी, प्रलेख, पुराने पत्रो की प्रतिलिपियां, खाता विवरण इत्यादि) भेजे जाते हैं। ऐसी दशा मे इनका हवाला हस्ताक्षर समाप्त होने पर या उनकी बगल मे उल्टे हाथ की ओर मार्जिन से दे देना चाहिये। यदि कोई महत्वपूर्ण कागज पत्र साथ मे भेजे जा रहे हैं, तो उनका शीर्षक पृथक्-पृथक् सूचित करना चाहिए, अन्यथा संलग्न-पत्रो की केवल संख्या लिख देना पर्याप्त होगा। यथा —

Yours faithfully,
For U P Motors Limited
Mohandas
Accountant

Encls. 3

आपका शुभचिन्तक,
ए बी एन्ड सी कम्पनी लि०
की ओर से,
रत्नकुमार,
मैनेजिंग डाइरेक्टर।

संलग्न पत्र —

(१) बिल्टी क्रम सख्या ५५० दिनाक २२-४-६०।
(२) बीजक १,०००) के लिये।

संलग्न पत्रो का हवाला देने से कार्यालय के डिस्पैच क्लर्क को यह सुविधा हो जाती है कि वह लिफाफे मे बन्द करते समय पत्र एवं सलग्न पत्रो की जांच कर सकता है कि कोई पत्र रखने से छूट तो नही गया। इसी प्रकार प्राप्तकर्त्ता को भी यह देखने मे सुविधा हो जाती है कि साथ मे भेजे गये पत्रादि प्राप्त हो गये हैं या नही।

(१०) पुनश्च (**Post Script**)—साधारणत पुनश्च के लेख पाठक पर बुरा प्रभाव डालते हैं, क्योकि इससे यह प्रगट होता है कि लेखक असावधान रहा है। अत जहाँ तक समव हो इनसे बचना चाहिए। किन्तु कभी-कभी ये आवश्यक हो जाते हैं, जैसे कि जब पत्र लिखने के बाद किन्तु डाक मे छोडने के पहिले कोई नवीन घटना ऐसी हुई है जिसकी सूचना प्राप्तकर्ता को देना आवश्यक है। इस प्रकार बाद के विचारो को पत्र मे 'पुनश्च.' (P S) का शीर्षक देकर लिखा जाता है और इस पर भी लेखक के हस्ताक्षर होना आवश्यक है। बिक्री के पत्रो (Sales Letters) मे ग्राहको का ध्यान आकर्षित करने के लिये प्रायः 'पुनश्च' की युक्ति का प्रयोग किया जाता है। नीचे इसका एक नमूना दिया गया है :—

आपका शुभचिन्तक,
यू० पी० मोटर्स लिमिटेड के लिये,
चन्द्रभान,
विक्रय मैनेजर।

संलग्न पत्र : ३

पुनश्चः हमे खेद है कि हमारे विक्रय प्रतिनिधि श्री अरोरा की यात्रा प्रारम्भ करने मे एक सप्ताह की देर हो जावेगी।

(११) लिपिक हस्ताक्षर (**Typist Initials**)—कभी-कभी पत्र को टाइप करने वाला क्लर्क या लिपिक पत्र के उल्टे हाथ के निचले कोने मे अपने सक्षिप्त हस्ताक्षर कर देता है। प्राय बडे-बडे कार्यालयों मे कई टाइपिस्ट हुआ करते हैं। यदि पत्र के टाइप करने मे कोई त्रुटि हो गई है, तो उसके लिए कौई क्लर्क दायी था, इसका पता सरलता से इन सक्षिप्त हस्ताक्षरो (initials) के आधार पर लगाया जा सकता है।

अभ्यास के प्रश्न

१ एक व्यापारिक पत्र के विभिन्न अग बतलाइए तथा उनसे सम्बन्धित नियमो की विस्तृत व्याख्या भी कीजिए।

२ एक व्यापारिक पत्र के निम्न अंशो से सम्बन्धित नियमो की विस्तृत व्याख्या उदाहरण सहित कीजिये :—

(i) शीर्षक।

(ii) अन्दर का पता।

(iii) अभिवादन।

४.

व्यापारिक पत्रों के उदाहरण
(Examples of Business Letters)

भूमिका :—

पिछले अध्याय मे हमने एक अच्छे व्यापारिक-पत्र के लक्षण एव उसके मुख्य अङ्गों पर प्रकाश डाला था। इस अध्याय मे हम व्यापारिक-पत्रों के कुछ प्रमुख उदाहरण दे रहे हैं।

(१) निर्ख का पत्र (Letter of Quotation)

साहित्य भवन
प्रकाशक एव पुस्तक विक्रेता

तार का पता—'बुक' अस्पताल रोड,
टेलीफून न०—३०९६ आगरा
संख्या—४५४/आ दिनाक २७ मई, १९६१

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी
प्रोपराइटर,
इण्डियन बुक डिपो,
बड़ा बाजार, कलकत्ता।

प्रिय महोदय,

आपके पत्र क्रम सख्या २० दिनाक २४ मई, १९६१ लिये धन्यवाद। हम साथ मे अपनी नई प्रकाशित मूल्य सूची भेज रहे हैं। आपको जिस माल की आवश्यकता है उसका मूल्य सूची के अनुसार इस प्रकार है :—

(१) औद्योगिक संगठन—लेखक एम० सी० सक्सेना ५ रु०
(२) अंकेक्षण के सिद्धान्त—लेखक रूपराम गुप्ता ४ रु०
(३) व्यापारिक सन्नियम—लेखक रूपराम गुप्ता ४ रु०

उपर्युक्त पुस्तकों पर सौ रुपये से अधिक माल खरीदने की दशा में १५% व्यापारिक छूट दी जावेगी। एक महीने के अन्दर पूरा भुगतान करने पर १½% नगदी छूट दी जावेगी। मालके आदेश के साथ २५% पेशगी आना आवश्यक है। पैकिंग नि शुल्क।

उपरोक्त पुस्तके अपने विषय के अनुभवी और विज्ञ अध्यापकों द्वारा विश्व-विद्यालय के नवीन पाठ्यक्रमानुसार लिखी गई हैं। प्रकाशन के केवल दो वर्षों मे प्रत्येक पुस्तक के तीन-तीन सस्करण समाप्त हो चुके हैं जो इनकी लोकप्रियता का पर्याप्त प्रमाण है।

आशा है कि आप शीघ्र ही अपना अमूल्य आदेश भेज कर हमे अनुग्रहीत करेंगे।

भवदीय
कन्हैयालाल बसल
साझेदार

सलग्न—मूल्य सूची

(II) आदेश पत्र (Letter of Order)

इण्डियन बुक डिपो
पुस्तक विक्रेता

क्रमाक—१५०३

बडा बाजार,
कलकत्ता।
दिनाक १ जून, १९६१

साहित्य भवन,
अस्पताल रोड,
आगरा।

प्रिय महोदय,

हमे आपका निर्दे पत्र क्रम सख्या ४५४/अ, दिनाक २७ मई, १९६१ मूल्य सूची सहित प्राप्त हुआ जिसके लिये धन्यवाद। कृपया जितना शीघ्र हो सके निम्न-लिखित माल मालगाडी मे भेज दीजिये —

१०० प्रतियाँ औद्योगिक सगठन—लेखक एस० सी० सक्सेना	५ रु०
५० प्रतियाँ व्यापारिक सन्नियम—लेखक रूपराम गुप्ता	४ रु०
५० प्रतियाँ अकेक्षण के सिद्धान्त—लेखक रूपराम गुप्ता	८ रु०

पैकिंग फ्री। सुपुर्दगी जून के अन्त तक आवश्यक। यदि व्यापारिक छूट २०% देने को तैयार हो तो सक्सेना लिखित औद्योगिक सगठन की १०० प्रतियाँ और भेज दें।

कृपया बिल्टी इलाहाबाद बैंक द्वारा आवश्यक रकम के लिये एक माह का मुद्दती बिल हम पर लिखकर साथ भेज दें।

हमे आशा है कि आप माल शीघ्र से शीघ्र भेज देंगे क्योंकि यहाँ पर कालेज एव स्कूल जुलाई के प्रथम सप्ताह मे खुल रहे हैं।

भवदीय,
कैलाशनाथ मुकर्जी
प्रोपराइटर।

(III) आदेश प्राप्ति की सूचना (Acknowledging Receipt of an Order)

साहित्य भवन
प्रकाशक एव पुस्तक विक्रेता

तार का पता—'बुक' — अस्पताल रोड
टेलीफोन न०—३०९६ — आगरा।
सख्या ४५५६/अ — दिनाक—३ जून, १९६१।

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी,
प्रोपराइटर,
इण्डियन बुक डिपो,
कलकत्ता।

प्रिय महोदय,

आपका आदेश पत्र संख्या १५०३ दिनाक १ जून १९६१ हमे प्राप्त हुआ, जिसके लिये धन्यवाद। आपका मगाया हुआ माल मालगाड़ी द्वारा जून के अन्त तक भेज दिया जायगा। हाँ, पैकिंग फ्री होगा लेकिन व्यापारिक छूट वही १५% ही होगी चाहे आप अधिक माल लें। चूंकि, यह आपका प्रथम आदेश है, इसलिये हमने पहले ही अन्य व्यापारियो से अधिक छूट देना स्वीकार कर लिया है। बिल्टी आपकी आज्ञानुसार एक माह के बिल के साथ इलाहाबाद बैंक द्वारा आपको भेज दी जावेगी।

भविष्य मे भी आपसे इसी प्रकार आदेश मिलने की प्रतीक्षा मे,

भवदीय,
कन्हैयालाल अमल,
साझेदार।

(iv) माल रवाना करने की सूचना (*Letter of Advice*)

साहित्य भवन
पुस्तक विक्रेता एवं प्रकाशक

तार का पता—'बुक' — अस्पताल रोड
टेलीफोन न०—३०९६ — आगरा।
संख्या—४५०३/ब — दिनाङ्क—जून २३, १९६१

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी,
प्रोपराइटर,
इण्डियन बुक डिपो,
बडा बाजार,
कलकत्ता।

प्रिय महोदय,

हमें यह सूचित करते हुये अत्यन्त हर्ष होता है कि आपके आदेश संख्या १५०३ दिनाङ्क १ जून १९६१ के अनुसार पुस्तकें मालगाडी से आज रवाना कर दी हैं। बिल्टी संख्या ८६० इलाहाबाद बैंक के द्वारा इस आदेश के साथ भेजी जा रही है कि वे ६७६ रु० के एक माह के बिल पर आपकी स्वीकृति मिलने पर बिल्टी आपको दे दें। सलग्न बीजक से आपको ६७६ रु० का विवरण स्पष्ट हो जायगा। कृपया बिल को स्वीकार करके बिल्टी लेकर माल छुडा लेवें।

आशा है कि माल आपकी रुचि के अनुसार होगा और भविष्य मे भी आप हमे अपनी सेवा का अवसर देंगे।

भवदीय
कन्हैयालाल बसल
साझेदार।

(५) बैंक के द्वारा बिल्टी भेजने का पत्र

साहित्य भवन
पुस्तक विक्रेता एवं प्रकाशक

तार का पता—'बुक'
टेलीफोन न०—३०६६
सख्या ३५०४/ब

अस्पताल रोड,
आगरा।
दिनाक—जून २३, १९६१।

मैनेजर,
इलाहाबाद बैंक लिमिटेड,
आगरा।

प्रिय महोदय,

हम आपको श्री कैलाशनाथ मुकर्जी, प्रोपराइटर, इण्डियन बुक डिपो, बडा बाजार, कलकत्ता को भेजे गये माल की बिल्टी सख्या ८६०, बीजक तथा ६७६ रु० का एक माह का बिल भेज रहे हैं।

कृपया बिल पर स्वीकृति पाते ही बिल्टी उक्त पुस्तक विक्रेता को सौंप दें और बिल की अवधि समाप्त होने पर बीजक की रकम, अपना कमीशन तथा बिल की रकम भेजने का व्यय उनसे वसूल करलें और उनसे प्राप्त हुई रकम को हमारे चालू खाते मे जमा कर दें।

भवदीय
कन्हैयालाल बसल
साझेदार।

बिल का नमूना

रु० ६७९'००

आगरा

२३ जून, १९६१

स्टाम्प

आज से तीस दिन पश्चात् हमारी आज्ञानुसार केवल छ सौ उनासी रुपये मूल्य के बदले भुगतान कीजिये।

हेतु—साहित्य भवन
कन्हैयालाल बसल
साझेदार।

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी
प्रोपराइटर, इण्डियन बुक डिपो,
बड़ा बाजार,
कलकत्ता।

(vi) शिकायत सम्बन्धी प्रश्नोत्तर

(१) विक्रेता को पत्र

इण्डियन बुक डिपो
पुस्तक विक्रेता

संख्या—१०४

बडा बाजार,
कलकत्ता।
दिनाक जून २७, १९६१।

मैसर्स साहित्य भवन,
अस्पताल रोड,
आगरा।

प्रिय महोदय,

आपके सूचना-पत्र दिनाक २७ जून, १९६१ के अनुसार हमने इलाहाबाद बैंक को स्वीकृति देकर बिल्टी प्राप्त करली और माल छुडा लिया। परन्तु हमे खेद है कि माल के सम्बन्ध मे निम्नलिखित दोष देखने मे आये —

१ बीजक मे आपने १०% व्यापारिक छूट काटी है जबकि इसकी दर हमारे आपके बीच १५% तय हुई थी।

२. श्री सक्सेना लिखित औद्योगिक सगठन की केवल ८० प्रतियाँ ही आपने हमको भेजी हैं जबकि बीजक मे हमसे १०० प्रतियो का मूल्य चार्ज किया गया है।

आपको शेष बीस प्रतियाँ भेजने की आवश्यकता नहीं है लेकिन उक्त दोनो बातो के लिये 'क्रेडिट नोट' भेजने की कृपा करें।

भवदीय
कैलाशनाथ मुकर्जी,
प्रोपराइटर।

३,१०० रु० अभी तक अदा नहीं किये । हम अब और प्रतीक्षा नहीं कर सकते । अत लौटती डाक द्वारा चैक भेजने की कृपा करें ।

भवदीय
कन्हैयालाल बसल
साझेदार ।

(४)

साहित्य भवन
पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता

तार का पता 'बुक'
टेलीफोन न० ३०६६
सख्या—८५०/स

अस्पताल रोड,
आगरा ।
अगस्त १, १९६१

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी,
बडा बाजार,
कलकत्ता ।

प्रिय महोदय,

हमें अत्यन्त खेद के साथ लिखना पड रहा है कि आपने हमारे जून १५, जुलाई १ एवं जुलाई १५ के पिछले तीन पत्रों पर कोई ध्यान नहीं दिया और न ३१०० रु० का भुगतान ही किया है । अब हम अधिक प्रतीक्षा करने में असमर्थ हैं । हमें दुख के साथ लिखना पडता है कि यदि आपने १० अगस्त तक भुगतान न किया तो हमें अन्य साधनों की शरण लेनी पडेगी ।

भवदीय,
कन्हैयालाल बसल
साझेदार ।

(VIII) एजेन्सी सम्बन्धी पत्र-व्यवहार

आजकल अधिकाश व्यापार एजेन्टो के द्वारा किया जाता है । विदेशों म तो एजेन्सी प्रणाली बहुत प्रचलित है । एजेन्सी सम्बन्धी पत्र-व्यवहार करते समय समुचित सावधानी रखनी चाहिये । जो व्यक्ति या फर्म किसी व्यापारिक सस्था की एजेन्सी लेना चाहती है उसे ऐसे कार्य का भार समालने की योग्यता अपने अन्दर होना प्रमाणित करना चाहिये । एजेन्सी लेने वाले को स्थानीय परिस्थितियों का पूर्ण ज्ञान आवश्यक है, उसके महत्वपूर्ण सम्बन्ध होने चाहिये, उसको एजेन्सी के व्यापार का दीर्घ अनुभव होना चाहिये तथा माल की बिक्री का उचित सगठन करने की क्षमता भी होना आवश्यक है । अपने पक्ष में कुछ उपयुक्त सदर्भ भी उसको देना चाहिये जिनमे, पूछताछ करके एजेन्सी देने वाली व्यापारिक सस्था प्रार्थी की योग्यता के बारे में अपना सतोष कर सके । यह आवश्यक है कि एजेन्सी सम्बन्धी समस्त शर्तें प्रारम्भ में तय हो जायें, जिससे कि आगे चलकर अनबन का अवसर न आवे ।

एजेन्सी देने वाली व्यापारिक संस्था या निर्माता को भी यह चाहिये कि एजेन्सी लेने वाले को यह विश्वास दिलावे कि उसका माल जल्द बिकने वाला है, जिससे वह एजेन्सी लेकर पर्याप्त लाभ कमा सकता है।

नीचे हमने एजेन्सी लेने के प्रस्ताव और उसकी स्वीकृति के पत्रों का नमूना दिया है —

(१) एजेन्सी लेने का प्रस्ताव

विजय पुस्तक सदन

टेलीफोन न०—४१
तार का पता—'पुस्तक' ग्वालियर।

३०, पाटनकर बाजार,
ग्वालियर।
दिनांक—जुलाई १, १९६१

सर्व श्री मानिकचन्द बुक डिपो,
खजूरी बाजार,
इन्दौर।

प्रिय महोदय,

हमें आपके साथ गत दस वर्षों से व्यापार करते रहने का अवसर मिला है और हम आपके प्रकाशनों के लिये ग्वालियर एवं निकटवर्ती केन्द्रों में एक विशाल बाजार विकसित करने के लिये सदा ही प्रयत्नशील रहे हैं। लेकिन हमने यह अनुभव किया है कि यदि आपके प्रकाशनों का स्टॉक रखने की कोई स्थाई व्यवस्था यहाँ हो जाय, तो स्थानीय मांग में पर्याप्त वृद्धि हो सकती है।

इस सम्बन्ध में हम आपसे इसको संभालने के लिये अपने संगठन और अपनी क्षमता के बारे में दो शब्द कहने की अनुमति चाहते हैं। हमारी फर्म में चार साझेदार हैं, जोकि शिक्षित एवं अनुभवी हैं तथा अन्य पुस्तक विक्रेताओं के साथ हमारे बहुत पुराने सम्बन्ध हैं। इस समय हम लगभग १०० शिक्षण संस्थाओं को उनके पुस्तकालयों के हेतु आवश्यक पुस्तकें सप्लाई कर रहे हैं। हाल ही में हमने अपनी शाखाएं मुरैना व भिन्ड केन्द्रों में खोली हैं।

हमें विश्वास है कि आप ग्वालियर एवं निकटवर्ती क्षेत्र के लिये अपनी पुस्तकों की एजेन्सी देने के प्रस्ताव पर गम्भीरता से विचार करेंगे।

आपके उत्तर की हम उत्सुकता से प्रतीक्षा कर रहे हैं।

आपका शुभ चिन्तक,
विजय पुस्तक सदन की ओर से
विजयकुमार,
पार्टनर।

(२) एजेन्सी देने की स्वीकृति

मानिकचन्द बुक डिपो

तार का पता 'बुक' इन्दौर । खजूरी बाजार,
टेलीफोन न०—२३५८ । इन्दौर।
क्रम सख्या—६/अ दिनाङ्क जुलाई ७, १९६१

सर्वश्री विजय पुस्तक सदन,
३० पाटनकर, बाजार,
ग्वालियर ।

प्रिय महोदय,

विषय :—हमारे प्रकाशनों की एजेन्सी

आपके पत्र दिनाक ७ जुलाई १९६१ के लिये धन्यवाद ।

ग्वालियर एव उसके निकटवर्ती केन्द्रो मे हमारा प्रतिनिधित्व करने या हमारे सम्पूर्ण प्रकाशनो का स्टाक रखने वालो की कोई फर्म अभी तक नही है । निस्सदेह गत दस वर्षों से हमारे आपके साथ घनिष्ट व्यापारिक सम्बन्ध हैं और हम आपकी क्षमता से पूर्ण परिचित हैं। हमे राज्य के इस भाग के लिये आपको अपनी एजेन्सी देने मे प्रसन्नता होगी ।

साथ मे हम एजेन्सी की साधारण नियमावली आपको सूचनार्थ भेज रहे हैं । आपकी सहमति प्राप्त होते ही औपचारिक कागज पत्र आपकी सेवा मे भेज दिये जावेंगे ।

आशा है कि भविष्य मे भी आप इसी प्रकार हमे अपना अमूल्य सहयोग देते रहेंगे ।

आपका शुभचिन्तक,
मानिकचन्द बुकडिपो की ओर से
मगनलाल,
पार्टनर ।

सलग्न पत्र—१

(IX) बीमा सम्बन्धी पत्र-व्यवहार

वर्तमान युग मे बीमा के गुणो का जितना बखान किया जाय उतना ही कम है । यह जीवन एव सम्पत्ति को सुरक्षा प्रदान करता है, जो कि प्रति क्षण किसी भी सकट के शिकार हो सकते हैं । अत प्रत्येक व्यापारी अपनी व्यापारिक सम्पत्ति की सुरक्षा के लिये बीमा कराना एक आवश्यक कर्त्तव्य समझता है । बीमा के लिये दिया गया प्रीमियम वास्तव मे व्यय न होकर एक विनियोग है, जिसके फलस्वरूप निश्चिन्त होकर व्यापारी अपनी योजनाओ को कार्यान्वित कर सकता है । बीमा कराने के लिये किसी बीमा कम्पनी को पत्र लिखा जाता है जो कि एक प्रस्ताव पत्र भेज देती हैं। इस प्रस्ताव पत्र मे पूछी गई बातो को सही-सही भर कर आवश्यक

प्रीमियम राशि के साथ कम्पनी के स्थानीय कार्यालय मे डिपॉजिट करा दिया जाता है। कम्पनी प्रस्ताव-पत्र की परीक्षा करके उसे स्वीकार कर लेती है और जोखिम प्रारम्भ हो जाता है। नीचे बीमा कराने से सम्बन्धित पत्र व्यवहार का नमूना दिया गया है।

(१) बीमा कम्पनी से प्रस्ताव-पत्र मगाना

विजय पुस्तक सदन

टेलीफोन न० .—४०
तार का पता —'पुस्तक' ग्वालियर।

३०, पाटनकर बाजार,
ग्वालियर।
दिनाक —३०, १९६१,

दी मैनेजर,
न्यू इण्डिया जनरल एश्योरेन्स क० लि०,
इन्द्रगज,
ग्वालियर।

प्रिय महोदय,

हम अपनी पुस्तको के स्टाक के सम्बन्ध मे १०,००० का अग्नि बीमा पत्र लेना चाहते हैं। कृपया आवश्यक प्रस्ताव-पत्र और अन्य विवरण भेजने का कष्ट करे।

आपके उत्तर की प्रतीक्षा मे,

हम हैं आपके,
विजय पुस्तक सदन की ओर मे
विजयकुमार,
पार्टनर।

(२) प्रस्ताव-पत्र भेजने का पत्र

दी न्यू इण्डिया जनरल इन्श्योरेन्स क० लि०

प्रधान कार्यालय :—दिल्ली

टेलीफोन न० —५४७०
तार का पता—"बीमा"

इन्द्रगज,
ग्वालियर।
दिनाक —५ जुलाई, १९६१,

कम सख्या —प्र/५१
सर्व श्री विजय पुस्तक सदन,
पाटनकर बाजार,
ग्वालियर।

प्रिय महोदय,

आपका पत्र, दिनाक ३० जून, १९६१ प्राप्त करके हमे अत्यन्त हर्ष हुआ और आपकी प्रार्थना के उत्तर मे हम अपना प्रस्ताव-पत्र एव प्रीमियम विवरण-पुस्तिका भेज रहे हैं। हमारे स्थानीय एजेन्ट श्री मोहनलाल गौतम बी० ए० भी इस सम्बन्ध में आपसे शीघ्र मिलेंगे।

सदैव आपकी सेवा के लिये प्रस्तुत, हम हैं
आपके शुभ चिन्तक
दी-यू इण्डिया जनरल इन्श्योरेन्स क० लि० के लिये,
चन्द्रमोहन,
जनरल मैनेजर।

(X) बैंक सम्बन्धी पत्र-व्यवहार

बैंको से व्यापारिको को प्रायः काम पड़ता है। प्रत्येक व्यापारी एक न एक बैंक मे अपना खाता अवश्य रखता है, जिसमे वह अपना रुपया-पैसा व ग्राहको से आये हुये चैक जमा करता है तथा चेक लिख कर भुगतान करता है। आवश्यकता पड़ने पर उसे बैंक से ओवर ड्राफ्ट की सुविधा भी मिल जाती है। वह अपने नये ग्राहको की आर्थिक अवस्था के बारे मे बैंक से जानकारी प्राप्त कर सकता है। जब माल बेचा जाता है, तो वह बिल्टी बैंक के द्वारा भेज कर सुविधा से भुगतान प्राप्त सकता है। नीचे हम बैंक सम्बन्धी कुछ पत्रो के नमूने दे रहे हैं —

(१) पास बुक पूर्ण करके भेजने के लिये बैंक को पत्र

विजय पुस्तक सदन

१३, पाटनकर बाजार
ग्वालियर।
दिनाक —३० मार्च, १९६१।

सर्वश्री कृष्णराव बल्देव बैंक (प्राइवेट) लि०,
ग्वालियर।

प्रिय महोदय,

हमारा हिसाबी वर्ष कल समाप्त हो रहा है। यदि आप हमारी पास बुक को पूर्ण करके ३ अप्रेल तक भेज दें, तो बड़ी प्रसन्नता होगा।

आपका शुभचिन्तक,
विजय पुस्तक सदन की ओर से
विजय कुमार,
पार्टनर।

(२) चैक की अप्रतिष्ठा के सम्बन्ध मे बैंक को पत्र

विजय पुस्तक सदन

१३, पाटनकर बाजार,
ग्वालियर ।
दिनाक —१ अप्रेल, १९६१,

मैनेजर,
कृष्णराव बल्देव बैंक (प्राइवेट) लि०,
ग्वालियर ।

प्रिय महोदय,

हमे यह देखकर आश्चर्य हुआ कि आपने हमारे चैक न० c/१००४१ दिनाक २५ मार्च, १९६१ को, जो कि हमने श्री मोहनलाल के पक्ष मे ५०० रु० के लिए काटा था, "जमाये सग्रह नही हुई" लिखकर अप्रतिष्ठित कर दिया ।

हमारा बेलेन्स आपके पास, पिछला चैक भुगतान होने के पश्चात्, ४०० रु० था । २६ मार्च को हमने एक स्थानीय चैक ३०० रु० का आपके पास सग्रहार्थ भेजा, जिससे उक्त चैक को प्रतिष्ठित करने के लिए आपके पास हमारा पर्याप्त बेलेन्स हो जाता है ।

चूंकि आपको उक्त रकम संग्रह करने के लिए पर्याप्त समय था, इसलिए हमे प्रसन्नता होगी यदि आप हमारे चैक की अप्रतिष्ठा कर देने के कारण सूचित करेंगे ।

आपका शुभचिन्तक
विजय पुस्तक सदन की ओर से,
विजयकुमार,
पार्टनर ।

(३) बैंक में चालू खाता खोलने का पत्र

कुटीर उद्योग बिक्री केन्द्र

टेलीफोन नं० —५०१

नारायणदास का बाड़ा,
ग्वालियर ।
दिनाक —१ अप्रेल, १९६१ ।

दी सेन्ट्रल बैंक आफ इण्डिया लि०
ग्वालियर ।

प्रिय महोदय,

हम आपके बैंक मे चालू खाता खोलना चाहते हैं । हमे १,०००) रु० की खुली साख आवश्यक होगी और हम आपको यथेष्ठ व्यापार देने का आश्वासन प्रदान कर सकते हैं । यदि आप इसके लिए तैयार हो, तो कृपया आवश्यक शर्तें लिखकर भेजें ।

नीचे हम दो प्रतिष्ठित व्यापारियों के सदर्भ भेज रहे हैं जिनमे ग्राप हमारी ग्राथिक ग्रवस्था के बारे मे ग्रावश्यक सूचना प्राप्त कर सकते हैं।

(१) चन्द्रमहल थियेटर्स,
उद्धव जी का पायगा,
ग्वालियर।

(२) मैसर्स गगवाल इन्डस्ट्रीज,
जनक गज,
ग्वालियर।

ग्रापका शुभचिन्तक
कुटीर उद्योग बिक्री केन्द्र की ग्रोर से,
ललित मोहन,
मैनेजर।

ग्रभ्यास के प्रश्न

१ ग्रागरे के एक फर्नीचर डीलर ने ग्रापसे विभिन्न प्रकार की ग्रलमारियो, कुर्सियो एव मेजो के दाम पूछे हैं। कृपया एक उपयुक्त पत्र लिखिए।

२. एक पत्र द्वारा मोहनदास एण्ड सन्स, कपडे के थोक व्यापारी, कानपुर को विभिन्न प्रकार के कपडो के लिये ग्रार्डर दीजिये। मूल्य माल की प्राप्ति पर चुकाया जायगा। माल १५ दिन के ग्रन्दर ग्रा जाना चाहिये।

३ रेलवे कम्पनी को इस ग्राशय का पत्र लिखिये कि ग्रापको जो माल बम्बई के रेडियो हाउस ने बिल्टी स० ५५३/ए दिनाक १६ जनवरी १९६१ के ग्रन्तर्गत भेजा था, वह रेल कर्मचारियो की लापरवाही से टूट-फूट गया है। ५,०००) की क्षतिपूर्ति का दावा प्रस्तुत करिये।

४ एजेन्सी सम्बन्धी पत्र-व्यवहार मे किन-किन बातो का ध्यान रखना चाहिए।

५. सर्व श्री गुप्ता क्लाथ स्टोर्स की ग्रोर से जीवाजीराव काटन मिल कम्पनी लिमिटेड बिरला नगर को एक पत्र लिखिए, जिसमे उनकी मोल एजेंसी लेने का प्रस्ताव हो।

६. उपर्युक्त पत्र का एक श्रेष्ठ उत्तर ड्राफ्ट कीजिए।

७ नारायणदास भगोलीवाले एण्ड सन्स की ग्रोर से ग्रोरियन्टल जनरल इन्श्योरेंस कम्पनी को एक पत्र लिखिए जिसमे उनको मोटर का 'दुर्घटना-बीमा' कराने का इरादा प्रगट किया हो। बीमा कम्पनी की ग्रोर इसका उत्तर भी तैयार कीजिए।

८ एक बुकसेलर ग्रपने बैंक मे कुछ ग्रोवर ड्राफ्ट लेना चाहता है। उसकी ग्रोर से बैंक को ग्रावश्यक पत्र लिखिये।

९ मैसर्स बगाल इडस्ट्रीज पजाब नेशनल बैंक मे ग्रपना चालू खाता खोलना चाहते हैं। कृपया फर्म की ग्रोर से बैंक के एजेन्ट को ग्रावश्यक पत्र लिखिए।

५.

तार भेजना
(Sending Of Telegrams)

तार द्वारा समाचार भेजना

शीघ्र समाचार भेजने का एक ढङ्ग तार द्वारा समाचार देना है। तार का काम भी डाक-विभाग के अन्तर्गत होता है। इसलिये इस विभाग को 'डाक व तार विभाग' कहते हैं। तार से समाचार देने का काम सभी डाक-खानो में नही होता। केवल बडे शाखा कार्यालय ही इस काम को करते हैं। देश भर मे डाकखानो का एक जाल सा बिछा हुआ है। तार का काम करने वाले डाकखानो तक हर किसी की पहुँच आसानी से हो सकती है। डाकिया तार को दूर-दूर के गांवो मे बांटने जाता है। इस तरह देश के किसी भी भाग मे तार द्वारा समाचार भेजा जा सकता है। तार द्वारा समाचारो के एक स्थान से दूसरे स्थान को पहुँचने मे कुछ ही घन्टे लगते हैं। इनमे खर्चा भी टेलीफोन की अपेक्षा कम पडता है। इसलिये शीघ्र समाचार देने के लिये तार का ढङ्ग बडा काम मे लिया जा रहा है।

जिन डाकखानो मे तार देने का काम होता है वहाँ तार भेजने की एक मशीन रहती है। इस मशीन पर बैठा हुआ तार बाबू खट् खट् के बँधे इशारो द्वारा समाचार भेजता है, जिसे सुनकर गन्तव्य शहर के डाक खाने का तार बाबू साधारण भाषा में तार के फार्म पर उतार लेता है और लिफाफे में बन्द कर तार बाँटने के लिये देता है। एक शहर से दूसरे शहर को समाचार के इशारे इनके बीच खम्भो के सहारे लगे हुए तारो द्वारा प्रभावित होते हैं। इसलिये इस ढङ्ग से समाचार देना 'तार द्वारा समाचार' देना कहलाता है। कुछ शहरो के बीच सीधा सम्बन्ध न होकर एक अन्य शहर के तार घर द्वारा होता है। आज कल बेतार के तार का आविष्कार हो जाने से दुनियाँ के दूसरे देशों से भी तार द्वारा सम्पर्क हो गया है।

तार लिखने की विधि

क्योंकि तार समाचार भेजने मे हर शब्द के पैसे लगते हैं, इसलिये यह आवश्यक है कि तार द्वारा समाचार भेजने मे जरूरी शब्द ही लिखे जिनसे मतलब हल हो

जाय । अनावश्यक शब्द न लिखें। तार लिखते समय नीचे लिखी बातों को ध्यान मे रखे —

(१) आदर सूचक या शिष्टाचार सम्बन्धी शब्द और वाक्य न लिखे जायें।

(२) कोई बात जोर डालने की दृष्टि से दुहराई न जाय।

(३) यह आवश्यक नही है कि समाचार पूर्ण वाक्यो मे ही हो अर्थात् व्याकरण के अनुसार रचना का ध्यान रखना आवश्यक नही है। अतएव क्रियायें, कोमा, फुलस्टाप आदि प्रयोग नही किये जाते।

(४) अनावश्यक समाचार न लिखा जाय।

(५) ऐसे शब्द प्रयोग करो जो अधिक समाचार सूचित करे।

(६) डाकखाने के तार सम्बन्धी नियमो के अनुसार जिन शब्दो को मिलाया जा सकता है, उनको मिलाकर लिखो ताकि उनको एक शब्द गिना जावे।

(७) सख्या को अको मे न लिखकर शब्दो मे लिखो।

(८) किसी भी शब्द मे १५ से अधिक अक्षर नही होने चाहिये, अन्यथा उसको दो शब्द मान लिया जायगा। किन्तु कोड प्रयोग करने की दशा मे शब्द मे १० से अधिक अक्षर न हो।

(९) यदि पाने वाले का कोई अलग तार का पता हो तो उसका उपयोग करना चाहिये, क्योकि इससे खर्च कम हो जाता है।

तार भेजने का ढग

डाकखाने से तार के फार्म मुफ्त मिलते है। बडे-बडे व्यापारी, जिन्हे प्राय तार भेजने का अवसर पडा करता है, इन फार्मो को इकट्ठा मँगवा कर रख लेते हैं। प्रतिरूप वाले फार्मों की कापी छ नये पैसे म मिलती है, जिसमे ५० फार्म होते हैं और विना प्रतिरूप (Counterfoil) वाले फार्मों की कापी भी छ नये पैसे मे आती है। यदि कभी तार का फार्म प्राप्त न हो, तो सादे कागज पर ही समाचार दिया जा सकता है। तार के फार्म का नमूना पृष्ठ ४४ पर दिया गया है।

फार्म के ऊपरी भाग मे तार बाबू अपने नोट लिखता है। यदि टिकट चिपकाने की जगह कम रहे, तो शेष टिकट तार की पीठ पर चिपकाये जा सकते हैं। यदि तार जरूरी हो, तो सामने के खाने मे 'जरूरी' शब्द लिख देना चाहिये। कुछ न लिखा होने पर तार साधारण समझा जायगा। राज्य-सम्बन्धी तार (अर्थात् वे तार जो सरकारी अफसर राज्य सम्बधी मामलो के लिये भेजे) कम महसूल पर लेजाये जाते हैं। साथ ही उनको जनता के तारो से पहले लिया और बाँटा जाता है। अत यदि तार राज्य सम्बधी हो, तो 'राज्य-सम्बधी शब्द डाकखाने की सूचना के लिये सामने के खाने मे लिख देना चाहिये। पाने वाले का नाम और पता ठीक-ठीक और स्पष्ट लिखा होना चाहिये, नही तो तार के पाने वाले को देर से मिलने या न मिलने की जिम्मेदारी तार घर पर नही होगी। पाने वाले के निवास स्थान के

निकट जो तारघर हो उसका पते मे देना आवश्यक है। अगर नाम न मालूम हो तो डाकखाने का नाम ही दिया जा सकता है।

समाचार के विषय को खानो मे (एक शब्द एक खाने मे) लिखते है। यदि भेजने वाला अपना नाम और पता दोनो ही सूचित करना आवश्यक समझे, तो उन्हे 'तार से भेजिये' वाली लाइन मे लिखना चाहिये। साधारणत पाने वाले को भेजने वाले का पता मालूम रहता है। इसलिये भेजने वाला इस लाइन मे केवल अपना नाम लिख देता है 'तार से न भेजा जाय' की लाइन मे भेजने वाले को अपना नाम और पता अनिवार्यत देना पडता है। क्योकि यह भेजने के लिये नही है, इसलिये इसका चार्ज भी कुछ नही लगता। डाकखाने के अधिकारी इसे अपने हवाले के लिये लिखवाते हैं।

तार के फार्म को ठीक से भर कर तार घर ले जाया जाता है।[1] तारबाबू समाचार के शब्दो को गिन कर तार की श्रेणी के हिसाब से महसूल बता देता है। उतने के टिकट स्टाम्प बेचने वाले बाबू से मोल लेकर टिकट को जगह चिपका दिए जाते हैं। अब तार बाबू फार्म के ऊपरी भाग मे तार देने की तारीख, शब्दो की सख्या महसूल आदि बातें नोट करके उस पर मोहर लगा देता है और उतने भाग को फार्म से अलग करके भेजने वाले को रसीद के रूप मे दे देता है। इसे सभाल कर रखना चाहिए, क्योकि किसी शिकायत के अवसर पर उसका हवाला देना पडेगा। अगर तार पाने वाले को न दिया जा सके, तो वह भेजने वाले को वापिस लौटा दिया जायगा।

देशी तार (Inland Telegrams)

देश के अन्दर भेजे जाने वाले तारो को देशी तार कहते हैं। इनके विभिन्न भेद इस प्रकार हैं —

(१) साधारण तार—ये तार केवल नियत घण्टो के बीच ही भेजे और बाँटे जा सकते हैं। इनको छुट्टियो के दिन स्वीकार नही किया जाता है। ये क्रमानुसार भेजे जाते हैं। इनका महसूल इस प्रकार है—पहले आठ शब्दो तक ८० नये पैसे और इसके बाद प्रत्येक शब्द के लिये ८ नये पैसे।

(२) जरूरी तार—जरूरी तार (Urgent Telegrams) किसी भी समय भेजे और बाँटे जाते हैं। इनका महसूल साधारण तार की अपेक्षा दो गुना लगता है।

(३) जवाबी तार (Reply Paid Telegrams)—जवाबी पोस्टकार्ड की तरह जवाबी तार भी भेजे जा सकते हैं। भेजने वाला तार भेजते समय जवाब के लिये कुछ धन जमा करा देता है, जो किसी भी दशा मे आठ शब्दो के न्यूनतम चार्ज

१—बडे तारघर हर समय और छोटे तारघर १० बजे से ५ बजे तक खुले रहते हैं। मार्ग के बद तारघर को १ रु० शुल्क देकर खुलवाया जा सकता है। शुल्क के लिये तार पर उतने मूल्य की टिकटें लगानी पडती हैं।

रु० न० पै० कुल धन स तिथि भेजने वाला आफिस सेवा में कोड आज्ञाये	भारतीय डाक और तार विभाग		
	घन्टा मिनट भेजा पोस्ट' वास्ते द्वारा	शब्द व्यय रु० न० पैसे	डाक टिकट लगाने का स्थान

इस पंक्ति से ऊपर भेजने वाले को कुछ भी नहीं लिखना चाहिये

यदि तार जरूरी है तो यहाँ 'जरूरी लिखिए		यदि तार राज्य-सम्बंधी है तो यहाँ 'राज्य-सम्बन्धी, लिखिये	

यदि तार जवाबी है तो 'जबाबी तार' तथा भुगतान हुआ धन लिखिये	वास्ते	{ नाम पता तारघर

तार से भेजने के लिये—

तार द्वारा न भेजा जाय {

से कम नहीं होना चाहिये। कितनी रकम इस प्रकार जमा कराई गई है, इसका उल्लेख तार के फार्म में कर देना चाहिए। तार पाने वाले को तार के साथ एक कोरा फार्म भी दिया जाता है, जिसमे वह जमा कराई रकम की सीमा तक समाचार लिख कर भेज सकता है। ऐसी दशा मे उसे तार के फार्म मे उपयुक्त स्थान पर 'जवाबी तार' (Reply Paid) शब्द लिख देना चाहिये। यदि समाचार अधिक होने से उसे कुछ टिकट अपने पास से भी लगाने पडे तो इस शब्द के आगे उन टिकटों की रकम भी खोल देनी चाहिये। तार का जवाबी फार्म दो महीने तक काम मे लाया जा सकता है और यदि वह काम मे नहीं लाया जाता, तो प्रार्थना-पत्र देकर टेलीग्राफ चैक कार्यालय कलकत्ता से जमा की हुई रकम लौटाई जा सकती है।

(४) **बधाई के तार**—कुछ शुभ अवसरों जैसे बडा दिन,, नववर्ष दीपावली, ईद, विवाह, जन्म दिवस, परीक्षा मे सफलता आदि पर लोग बधाई के तार भेजते है। इन तारो पर रियायती महसूल लिया जाता है, जो इस प्रकार है—पाने वाले के नाम और पते के लिए चार शब्द, भेजने वाले के नाम का एक शब्द और समाचार का एक शब्द। इस प्रकार ६ शब्दो का महसूल साधारण तार द्वारा भेजने मे ५० नये पैसे और जरूरी तार से भेजने में इसका दो गुना लगता है। डाकखाने की प्रदर्शक पुस्तिका मे ऐसे अवसरो पर भेजने के लिये समाचार सम्बन्धी कुछ चुने हुए वाक्य दिये गये हैं। प्रत्येक वाक्य का एक अलग नम्बर होता है। तार मे समाचार के वाक्य की जगह यह नम्बर लिख दिया जाता है। पाने वाला तारघर उस नम्बर को समाचार में उल्था कर देता है और आकर्षक लिफाफो मे रखकर वितरित करवा देता है। यह उल्लेखनीय है कि इन तारो मे अपने निजी वाक्य नहीं लिखे जा सकते। यदि ऐसा न किया गया तो साधारण तार की दर से महसूल देना पडेगा।

हम नीचे इस प्रकार के सन्देशों की तालिका का एक अंश उद्धृत करते हैं।

No	Occasion	Stock Phrases
1	Diwali	Heartiest Dewali greetings
2	Id	Id Mubarak
4	New Year	A happy new year to you
10	Examination	Hearty congratulations on your success in the examination
13	Acknowledgment for greetings	Many thanks for your good wishes

(५) अनेक पतों पर एक तार (Multiple Address Telegram)—एक ही तार सुपुर्दगी के क्षेत्र मे एक से अधिक व्यक्तियो को भेजा जा सकता है। इसमे सन्देश भेजने और पाने वाले व्यक्तियो के नाम और पते दे दिये जाते हैं और महसूल इस प्रकार लगाया जायगा :—

(१) समाचार के शब्द,

(२) सभी पाने वाले व्यक्तियो के नाम और पते के शब्द,

(३) पहले व्यक्ति को छोड़ कर शेष सब पाने वालो के लिये २५ नये पैसे की अतिरिक्त फीस।

(४) समाचार मे १०० से अधिक शब्द होने पर २५ नये पैसे प्रति सौ शब्द प्रतिलिपि कराई।

इस प्रकार स्पष्ट है कि इस व्यवस्था से तार भेजने वाले को अलग-अलग तार भेजने की मेहनत एव फीस बच जाती है।

(६) टेलीफून द्वारा तार (Phonograms)—उन लोगो के आराम के लिये जिनके घर या दुकान मे टेलीफोन लगा है, तार विभाग ने तारो को टेलीफोन द्वारा पाने और भेजने की व्यवस्था की है। टेलीफोन द्वारा आने और जाने वाले तारो को Phonograms कहते हैं। जब इस प्रकार कोई तार भेजना हो, तो पहले तो टेलीफोन पर तार के शब्दो की सख्या बता देनी चाहिए और तत्पश्चात् एक-एक शब्द धीरे-धीरे और स्पष्ट बोलना चाहिए। तारघर मे यह तार लिख लिया जाता है और फिर उसके पाने वाले को भेज दिया जाता है। इस प्रकार के तारों के सम्बन्ध में महसूल के लिये एक इकट्ठी रकम पहले से ही तारघर मे जमा करा दी जाती है या बाद को भी तार भेजने के ५ दिन के भीतर चुकता की जा सकती है। तारघर भेजे गये समाचार की एक नकल भी भेजने वाले के पास उसके सतोष के लिए भेज देता है। प्रत्येक तार पर साधारण महसूल के अतिरिक्त १४ नये पैसे फीस और देनी पडती है। (केवल उन्ही स्थानो मे जहां मीटर प्रणाली नही है)।

आये हुए समाचार टेलीफोन द्वारा पाने वाले को भेजे जा सकते हैं। यदि एक घण्टे के अन्दर पाने वाला अपनी तार नही सुन पाता, तो वह तार चपरासी द्वारा भिजवा दिया जाता है। इस प्रकार आये हुये तारो की नकल भी पाने वाले को भेज दी जाती है।

(७) समाचार-पत्रों के तार (Press Telegrams)—समाचार-पत्रो को समाचार के तार प्रतिदिन हजारों की सख्या मे भेजे जाते हैं। इन पर साधारण तारो के तारो की अपेक्षा कम महसूल लिया जाता है। देश के अन्दर इन तारो को साधारण ढग से भेजने पर पहले ५० शब्दो तक ७५ नये पैसे और इसके बाद प्रति पांच नये शब्द पर ७ नये पैसे लगता है। शीघ्र भेजने के लिये ५० शब्दो तक १.५० रु० तथा प्रत्येक अतिरिक्त ५ शब्दो या इसके भाग के लिये १३ नये पैसे।

(८) राज्य तार (State Telegrams)—सरकारी अधिकारी इन तारो को राजकीय कार्यो के लिए ही प्रयोग कर सकते हैं। इन पर 'राजकीय' शब्द लिखा रहता है और महसूल राजकीय टिकटो (Service Stamps) द्वारा चुकाया जाता है। इन्हे दूसरे तारो से पहले भेजा जाता है। -

साकेतिक एवं गुप्त तार

साकेतिक तार (Code Telegrams)—साधारणत तार बोलचाल की भाषा मे लिखे जाते है। इनको दूसरे लोग भी पढ सकते हैं। सच तो यह है कि तार पत्रो की अपेक्षा कम गोपनीय है। पत्र तो लिखने के बाद लैटर बक्स मे डाल दिया जाता है और उन्हे कोई नही देखता। लेकिन तार लिखने के बाद तार बाबू को दिया जाता है, जो तार भेजते समय तार का समाचार जान जाता है। इसके पश्चात् तार का समाचार पाने वाले तारघर के तारबाबू को भी मालूम हो जाता है। प्राय: ऐसा भी हो सकता है कि तार का पाने वाला अपने घर या दुकान पर मौजूद न हो। ऐसी दशा मे तार उसके अडोसी-पडोसी अथवा कर्मचारी को दे दिया जाता है। तार की प्रकृति उनके मन मे तार को पढने की उत्सुकता एव चिन्ता उत्पन्न कर देती है। इस प्रकार इन लोगो पर भी तार का समाचार प्रगट हो सकता है। व्यवहार मे प्राय ही ऐसे समाचार भेजे जाते हैं जिनका दूसरो पर प्रगट होना अहितकर है। अत इस बात की आवश्यकता है कि तार इस प्रकार लिखे जाये कि उनका समाचार अन्य व्यक्तियो पर प्रगट न हो। इसके लिए समाचार साकेतिक भाषा मे लिखा जाता है और ऐसी भाषा के तारो को साकेतिक तार कहते हैं।

साकेतिक तार गुप्त भाषा की पुस्तक (Code) की सहायता से लिखे जा सकते है। गुप्त भाषा की पुस्तक वस्तुत व्यापार मे प्राय: प्रयोग होने वाले वाक्यो और वाक्याशो का सग्रह है। प्रत्येक वाक्य अथवा वाक्याश के लिये एक साकेतिक शब्द नियत रहता है। यह शब्द चाहे तो प्राकृतिक हो अथवा कृत्रिम। प्राकृतिक शब्द उसे कहते है, जो बोलचाल की भाषा से लिया गया हो और कृत्रिम शब्द जबर्दस्ती बनाया हुआ शब्द है, जिसका बोलचाल की भाषा मे कोई अर्थ नही होता। प्राकृतिक शब्दो का अर्थ भी प्राय वह नही होता जो बोल-चाल मे समझा जाता है अपितु उनका संकेत उस अर्थ से है जो सम्बन्धित वाक्य से सूचित होता है। ये शब्द अपने अक्षर के आधार पर क्रमानुसार लिखे जाते हैं और प्रत्येक के लिए क्रम संख्या दी जाती है। शब्दो मे भाषा के दस अक्षर मे अधिक और सख्याओ के समूह मे पाँच सख्याओ से अधिक न होना चाहिए, क्योकि गुप्त भाषा मे तार लिख कर भेजने के लिए तार विभाग प्रति शब्द दस अक्षर से अधिक और प्रति सख्या के समूह मे पाँच सख्याओ से अधिक लिखने की आज्ञा नही देता। नियत सख्या से अधिक होने पर उनका दो शब्दो का महसूल लिया जाता है। कुछ लोग अपने प्राइवेट कोड रखते हैं और कुछ बाजार मे बिकने वाले कोड ही काम मे लाते हैं। गुप्त भाषा मे तार भेजने के लिए

यह आवश्यक है कि पाने वाले के पास वह कोड हो जिसका प्रयोग भेजने वाले ने किया है। नीचे एक कोड के एक पृष्ठ का कुछ भाग नमूने के तौर पर दिया जाता है—

श्री बसन्तलाल का प्राइवेट कोड

५६०३	महेश	माल
५६०४	मदन	माल सब जहाज पर चढ़ा दिया है
५६०५	महेन्द्र	माल अभी जहाज पर नहीं चढ़ाया है
५६०६	मकरन्द	माल जहाज पर चढाया जायगा
५६०७	मुकन्दी	माल जहाज पर नही चढाया जायगा
५६०८	मथुरा	माल जहाज पर नही चढाया था
५६०९	महादेव	माल उतार लिया गया है
५६१०	महात्मा	माल नहीं उतारा गया है
५६११	महेश्वर	माल अभी नही आया है
५६१२	मस्तराम	माल आ रहा है
५६१३	मधुर	माल उतारा जा रहा है
५६१४	मनकद	माल नमूने के अनुसार नही है
५६१५	मुरारी	माल स्वीकार है
५६१६	मक्खन	माल स्वीकार नही है

मान लीजिये हमे नीचे लिखा समाचार बम्बई भेजना है—

"माल नमूने के अनुसार नही है। माल स्वीकार नही है।"

यदि हम इसे उक्त रूप में भेजें तो लगभग १० शब्द का चार्ज देना पड़ेगा। इस सन्देश को सांकेतिक भाषा (Code language) में इस प्रकार बदला जा सकता है—

(१) सर्वप्रथम सन्देश को संक्षिप्त वाक्यों एव अर्द्ध वाक्यो मे लिख लो।

(२) तत्पश्चात् प्रत्येक वाक्य या अर्द्धवाक्य मे मुख्य शब्द छांटो। ऊपर लिखे सन्देश म 'माल' दोनों वाक्यों मे मुख्य शब्द है, क्योंकि उनमे माल के बारे मे कुछ कहा गया है।

(३) अब प्रमुख शब्दों के प्रथम वर्ण की सहायता से कोड मे उक्त वाक्यों की संख्या तथा कोड शब्द देखिये। उपरोक्त उदाहरण में प्राप्त हुई सूचना इस प्रकार होगी।

५६१४ मनकद माल नमूने के अनुसार नहीं है

५६१६ मक्खन माल स्वीकार नही है।

(४) तार मे केवल 'मनकद मक्खन' ये दो शब्द लिखे जा सकते हैं

इस प्रकार समाचार भेजने मे केवल दो शब्दों का चार्ज लगेगा। साथ ही हर कोई समाचार को नही जान सकता। बाजार के कोड मे यह असुविधा है कि

जिसके पास भी सम्बन्धित कोड होगा वह उस समाचार का उल्था कर सकता है। अतएव ऐसी दशा मे गुप्त भाषा प्रयोग करना आवश्यक हो जाता है।

गुप्त भाषा के तार (Cypher Telegrams)

गुप्त भाषा मे तार देने के लिए एक 'गुप्त शब्द' (Key word) की सहायता ली जाती है और इसका पता केवल व्यापारी के खास-खास व्यक्तियो को होता है। शब्द इस कार्य के लिए चुना जाय उसमे दस से अधिक या कम अक्षर नही हो और कोई अक्षर दुबारा न आवे। गुप्त शब्द के द्वारा सदेश किस प्रकार गुप्त भाषा मे बदला जाता है, इसकी विधि इस प्रकार है —

(१) पहले सन्देश को साधारण भाषा के सक्षिप्त वाक्यो या अर्द्धवाक्यो मे लिखो।

(२) वाक्यो या अर्द्ध-वाक्यो के मुख्य शब्द छाँटो।

(३) कोड मे उनके प्रथम वर्ण की सहायता से सम्बन्धित वाक्य, साकेतिक शब्द और सख्या निकालो।

(४) गुप्त शब्द के प्रत्येक अक्षर के लिए एक से शून्य तक क्रमानुसार दसो इकाइयाँ रख लो। इसकी सहायता से साकेतिक शब्दो की सख्या को गुप्त भाषा मे बदल लिया जाता है।

स	ब	ज	ग	म	न	ह	र	प	त
१	२	३	४	५	६	७	८	९	०

ऊपर के उदाहरण मे साकेतिक 'मनकद' और 'मक्खन' की सख्यायें क्रमश ५,६,१,४ और ५,६,१,६ हैं। मान लो गुप्त शब्द 'स ब ज ग म न ह र प त' नियत किया गया है, तो गुप्त भाषा इस प्रकार निकाली जावेगी।

कोड सख्या	कोड शब्द	गुप्त भाषा
५६१४	मनकद	म न स ग
५६१६	मक्खन	म न स न

अब तार मे 'म न स ग' 'म न स न' शब्द भेजे जा सकते हैं। तार पाने वाला 'गुप्त शब्द' की सहायता से कोड शब्द और कोड शब्द की सहायता से साधारण भाषा का सम्बन्धित वाक्य कोड मे खोज लेगा और इस प्रकार सदेश समझ जावेगा।

नीचे हम एक अग्रेजी के कोड और एक अंग्रेजी के सदेश का उदाहरण दे रहे हैं।

Extract from A B. C Code

6611	Gloominess	Goods not yet to hand
6612	Glorifying	Goods are in course of shipment
6613	Glorious	Goods are in course of landing
6614	Glossary	Goods are not the same as sample
6615	Glottal	Goods approved
6616	Glove	Goods not approved
6617	Glowing	Goods will be returned
6618	Glow-worm	Goods will be accepted
6619	Gluten	Do not take up the goods
6620	Glutinare	Goods accepted on approval

मान लो हमे निम्नलिखित सदेश गुप्त भाषा मे भेजना है —

"Goods are not the same as sample, Goods will be returned"

इसमे मुख्य शब्द दोनो वाक्यो मे Goods है। इसके प्रथम अक्षर 'G' की सहायता से कोड का वह पृष्ठ निकालो। 'G' से प्रारम्भ होने वाले कोड शब्द और वाक्य दिये गये हैं। तत्पश्चात् अपने मतलब के वाक्य देखो और उनके कोड शब्द व कोड सख्याये नोट करलो।

उपरोक्त कोड से निम्न का पता चलता है।

6614	Glossary	Goods are not the same as sample
6617	Glowing	Goods will be returned

यदि केवल सांकेतिक तार भेजना है तो 'Glossary' व 'Glowing' शब्द तार मे लिखे जावेंगे। यदि गुप्त तार भेजना है तब तो Key word की सहायता से इन शब्दो को गुप्त भाषा (Cypher) मे बदला जावेगा। मान लो Key word 'IMPORTANCE' है।

I	M	P	O	R	T	A	N	C	E
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

कोड संख्या	कोड शब्द	गुप्त भाषा
6614	Glossary	T T I O
6617	Glowing	T T I A

तार मे सदेश के लिये 'T T I O' और 'T T I A' शब्द लिखे जायँगे।

विदेशी तार

विदेशो को भेजने वाले तारो को विदेशी तार (Foreign Telegrams) कहते हैं। ये केबिल द्वारा भेजे जाते हैं। अत इनको केबिल ग्राम (Cablegram) भी कहते हैं। इन पर देशी तारो की अपेक्षा महसूल बहुत अधिक होता है। इनको विशेष प्रकार के फार्मों पर लिखा जाता है। महसूल की दर हर देश के लिये अलग-अलग है। विदेशी तार के मुख्य भेद निम्नलिखित हैं —

(१) शीघ्र भेजने वाले विदेशी तार (Urgent Cablegrams)—ये तार अन्य तारो की अपेक्षा पहले भेजे जाते हैं। इन तारो का महसूल साधारण विदेशी तारो के महसूल का दूना लिया जाता है। भिन्न-भिन्न देशो के लिये महसूल भिन्न-भिन्न दरो से लिया जाता है। ये तार केवल उन देशो को ही भेजे जा सकते हैं जिनके नाम तार विभाग की प्रदर्शक पुस्तक मे दिये गये हैं।

(२) साधारण विदेशी तार (Ordinary Full Rate Cablegrams)—ये तार देशी साधारण तार की तरह हैं। इनको शीघ्र भेजने वाले विदेशी तारो के बाद भेजा जाता है। इनकी महसूल दर भी अलग-अलग देशो के लिये अलग-अलग है और यह कुछ विशेष देशो को ही भेजे जाते हैं।

(३) विलम्बित विदेशी तार (Deferred Cablegrams)—इन तारो को पूर्व वर्णित तारो के बाद भेजा जाता है और ये तारघर के काम के लिये नियुक्त समय के अन्दर ही स्वीकार किये जाते हैं। इन पर महसूल भी साधारण विदेशी तार की अपेक्षा कम (लगभग आधा) पडता है। इनमे कम से कम ५ शब्दो का महसूल देना पडता है। इनको केवल उन देशो को ही भेजा जा सकता है जिनके नाम प्रदर्शक पुस्तिका मे दिये गये हैं। इन तारो को तीन प्रकार से लिखा जा सकता है — उद्गम देश की भाषा मे, गन्तव्य देश की भाषा और फ्रेन्च भाषा मे। इन तारो पर क्रमश L C O (Language Country of Origin), L C D (Language Country of Destination) और L. C. F (Language Country of France) लिख देने चाहिए। इनका एक शब्द माना जाता है।

(४) पत्र सदृश्य तार (Letter Telegrams)—इन तारो पर साधारण तार का तिहाई महसूल लिया जाता है और उनको शीघ्र भेजने वाले, साधारण और विलम्बित तारो के बाद स्वीकार किया जाता है। इनकी दो किस्मे होती हैं—रात्री के पत्र सदृश्य तार (Night Letter Telegrams) और दिन के पत्र सदृश्य तार (Day Letter Telegrams)। रात्रि के पत्र सदृश्य तार अग्रेजी साम्राज्य के अन्तर्गत (आस्ट्रेलिया के अतिरिक्त) किसी भी देश को भेजे जाते हैं और पाने वाले को भेजे गये दिन के दूसरे दिन सुबह मिल जाता है। इन तारो पर 'N L l' लिख देना चाहिये, जिसको एक शब्द गिनते है। इसके विपरीत दिन के सदृश्य तार उन देशो को भेजे जाते हैं जहाँ रात्रि के पत्र सदृश्य तार भेजने को प्रथा नही पाई जाती। आस्ट्रेलिया एव अंग्रेजी राज्य के बाहर के देशो को ऐसे ही तार भेजे जाते हैं। इन तारो पर 'DLT' लिख देना चाहिये। इसको एक शब्द गिना जायगा। ये तार पाने वाले को तार भेजने के दूसरे दिन प्राप्त हो जाते हैं। पत्र सदृश्य तारो पर कम से कम २ शब्दो का महसूल लिया जाता है। अलग-अलग देशो के लिये महसूल दर भी अलग-अलग है।

(५) साम्राज्य के सामाजिक तार (Empire Social Telegrams or G L T.)—इन तारो द्वारा साम्राज्यवासी अपने पारिवारिक समाचार एक दूसरे को भेज सकते हैं। इन पर महसूल की दर बहुत कम होती है। कम से कम बारह शब्दो के लिये चार्ज देना पडता है जो ३ रु० ३७ न० पैसे है। इसके बाद हर शब्द के लिए ३८ नये पैसे देना पडता है। इन तारो पर G L T' लिख देना चाहिए। पर इसका कोई चार्ज नही लगता।

(६) बधाई के विदेशी तार (De Lux Cablegrams)— शुभ अवसरो पर बधाई के तार कलात्मक कागज पर और सचित्र लिफाफो मे विदेशो को भेजे जा सकते हैं। इन पर तार की श्रेणी (Urgent, Ordinary, Deferred, D L T, N L T, G L T) के अनुसार महसूल देने के अतिरिक्त २५ नये पैसे और देने पडते हैं।

(७) बिना तार के भेजे जाने वाले तार (Radio Telegrams)— ये तार समुद्र पर चलते हुये उन जहाजो के मनुष्यो को भेजे जाते हैं, जिन पर बेतार की तार भेजने की मशीन (Radio Telegraph Machine) लगी हो। अलग-अलग देशों के जहाजो के लिये अलग-अलग महसूल लगता है।

अभ्यास के प्रश्न

१ 'शीघ्र सुपुर्दगी' के लिये आप अपने पत्र के विषय मे क्या करेंगे ? इससे क्या लाभ है ?
२ 'तार द्वारा समाचार भेजने' से क्या अभिप्राय है ?
३ तार लिखने समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिये ?
४ तार के फार्म का नमूना दीजिये। तार भेजने का ढङ्ग समझाइये।

५ साधारण और जरूरी तारो का अन्तर बताइये।

६ यदि आप अपने तार का जवाब मँगाना चाहे और दूसरे पक्ष का पैसा भी खर्च न कराना चाहे तो इसके लिये क्या उपाय करेगे ?

७ निम्न पर संक्षिप्त नोट लिखिये—
बधाई के तार, अनेक पतो पर एक तार, सामाचार-पत्रो के तार, फोनोग्राम, राज्य तार।

८ 'कोड' क्या है ? इसकी सहायता से सांकेतिक तार लिखने की विधि बताइये।

९ तार के कोड से निम्नलिखित अवतरण लिया गया है —

Phrase or Sentence	Code Word	No of Code
Goods approved	Glottal	06615
Vessle to arrive not later than	Advarent	073117
10th day of November	Neapolis	27359

निम्नलिखित सूचना गुप्त भाषा मे तार द्वारा भेजनी है —"Goods approved, Vessle to arrive not later than 10th November,"
BANKRUPTCY शब्द को कुंजी मानकर भेजी जाने वाली सूचना तैयार कीजिये और यह भी बताइये कि पाने वाला असली समाचार किस प्रकार समझ सकेगा।

१० देशी तारो की विभिन्न किस्मे बताइये और प्रत्येक का संक्षेप मे वर्णन कीजिये।
(३) तार के कोड से क्या अर्थ होता है ?
CHELMSFORD शब्द को कुंजी मान निम्नलिखित ब्यौरे के आधार पर गुप्त भाषा का तार लिखिये— "Goods despatched by goods train Railway receipt sent through bank Demand Bill drawn for payment Freight payble on arrival"

Code No	Code Word	Phrase or Sentence
13484	Deawat	Goods despatched by goods train
23484	Mortak	Railway Receipt sent through Bank
24501	Shotok	Demand bill drawn for payment
05321	Kohil	Freight payable on arrival

तार पाने वाला तार का असली संदेश किस प्रकार निकालेगा ?

११. निम्नलिखित समाचारों को तार की भाषा मे १२ शब्दो के अन्दर लिखिए —
(a) I was not able to keep the appointment today but will meet you tomorrow at 12 noon and will bring samples with me
(b) The goods which you ordered me are not in stock, but we hope to supply them in a day or two

BUSINESS DRAFTING

"The aim of every businessman should be to create a **letter power.** *Good letter writing is a new way to make more profits It is one of the quickest and cheapest ways of building a business. It is equal to advertising and much cheaper It enables you to get in touch with more people Why limit you market ? By means of letters you can reach people at a distance*

—Herbert N Casson

1 Essentials of 'Good' Business letter
2 Letters of Application and Appointment
3 Letters regarding Inquiries, Quotations, Offers and Orders
4 Letters ragarding Trade Reference and Status Inquiries
5 Letters of Confirmation and Execution or Orders
6 Letters of Refusal and Cancelling of Orders
7 Letters regarding Complaints and Adjustment.
8 Dunning or Collection letters.
9 Circulars and General Announcements

Chapter 6

ESSENTIALS OF A GOOD BUSINESS LETTER

Definition of Business Letter

A Business Letter is usually written between businessmen, or from a businessman to his customers Agency, Banking and Insurance letters are also grouped with Business letters

What is a 'Good' Business Letter ?

In business correspondence that letter is good which fulfils its purpose, the purpose for which it is written A good letter can open up new channels of business, get better results from your present customers, reduce bad debts, and do a hundred other things Here, for instance, are ten things that good letters can do —

(1) Sell Goods
(2) Bring Back Lost Customers.
(3) Secure New Customers.
(4) Encourage Travellers.
(5) Prepare the way for Travellers.
(6) Stimulate Dealers.
(7) Create Goodwill
(8) Collect Bad Debts
(9) Adjust Complaints
(10) Open up New Markets

A good business letter is a substitute for a personal interview or a friendly talk over the telephone These days, businessmen are too busy to give much attention to lengthy letters They receive a large number of letters daily Therefore it is not possible for them to give equal attention to all of them He tries to classify the letters in order of their importance and attends to them accordingly Under such circumstances, it is essential that the letters should be written in such a way that they may resist and defy waste basket and get themselves read and heeded.

Essentials of a Good Business Letter

The essentials or characteristics of a good business letter may be summarised in the following paragraphs :—

Seven C's of a Good Business Letter

Essentials of a Good Business Letter	
Seven C's	
1	*Completeness*
2	*Correctness*
3	*Conciseness*
4	*Courtesy*
5	*Consideration*
6	*Concreteness*
7	*Clearness*
Other Essentials ·	
8	*Simplicity*
9	*Forcefulness and*
10	*Tact*

1 **Completeness** The letter must be complete by itself Nothing of importance should be left out, thus saving further correspondance Remember that incompleteness multiplies needless letters. One letter, well-thought out and properly planned, will often serve the purpose of three hasty, incomplete ones

2 **Correctness** 'Correctness' should be viewed in two directions—(i) correct information and (ii) correct language Honesty pays the highest dividends in business , hence it is essential that all the facts and figures of a business letter should be correct Otherwise there may be costly delay and serious loss due to misunderstanding or other causes Remember that errors are costly They may mean more letters or even monetary loss Incorrectness may be due to ignorance or carelessness or it may be intentional The writer should, therefore, have a complete knowledge of the matter so that there may not be any chance for such errors

Correctness also means correctness in the matter of grammar, punctuation, spelling, lay-out of the letter on the paper, etc "What good manners are to the gentleman, correctness is to the businessman,' writes Dr Robert Ray Aurner "If the the businessman does not observe the rules of writing etiquette, he is not accepted in the best business circles "*

3 **Conciseness.** A letter should be just long enough to do its job well and effectively and no longer The motto for a businessman is 'Time is money' Businessmen are busy people They wish to get the information quickly When Abraham Lincoln was once asked how long a man's legs should be, he is said to have replied, "Just long enough to reach to the ground" Similarly a good business letter should be a happy medium between completeness and conciseness Nothing of importance should be left out, and yet unnecessary sentences should not be used As brevity is soul of commercial correspondence, see that every sentence you write has meaning and is necessary

Brevity, however, is not always a virtue We should remember that brevity cannot be made an excuse for incompleteness If a letter is so brief that it does not convey the required information and necessitates the writing of further correspondence to supplement information, time and trouble are lost Compactness and conciseness can be best achieved by —

---

*Robert Ray Aurner, "Effective English in Business."

(i) Weeding out all stock phrases and unnecssary sentences from the letter ,

(ii) Not using any sentence that may anger or insult the reader, and

(iii) Revising every sentence to make it simple and concise.

4. **Courtesy** There is a coarse but quite true saying, "More flies are caught with honey than with vinegar" Many a heart is melted by persuation and sweet reasonableness A business letter should also be very courteous 'Courtesy is the inseparable companion of virtue › It costs us nothing , but much is gained by it It wins for us the respect, sympathy and understanding of our correspondents And business means the winning and keeping the respect of customers By courtesy is not meant the liberal use of such words and phrases as 'Thank you,' please and 'Kindly' It means more than that It means a courteous attitude of mind 'Life is not so short," writes Ralph Waldo Emerson, 'but there is always time for courtesy » Too much sugariness, however must be avoided, because it does not often ring true and sincere

5. **Consideration** By 'Consideration' it is meant that the writer should be conscious of the wants and desires of the reader It is something different from courtesy. It means thinking more of the reader's interests than one's own Consideration is an essential of business letters that really pays in the long run

6 **Concreteness.** It means the use of concrete, vivid, interest-words and the avoidance of vague indefinite statements Use words that create pictures in the reader's mind. Words that make him vasualise what you have written , stimulate him to action This quality is most necessary in sales letters

7 **Clearness** This is one of the most important essentials of a good business letter "Every paragraph should be so clear and unambiguous," says Lord Chesterfield, himself one of the clearest of writers, "that the dullest fellow in the world will not be able to misstate it, nor be obliged to read it twice in order to understand it ›' To achieve 'Clearness', first of all, plan out what you wish to say , then alone, say it All the ideas should be in crystal-clear language, properly grouped into paragraphs, each dealing with one aspect of the subject-matter of the letter. Lackness of clearness may sometimes be very expensive "To achieve clearness, simplify your words, simplify your sentences, simplfiy your language Be definite and not ambiguous Be concrete, not vague Be concise, but not incomplete "

Accuracy is also a part of clearness By accuracy we mean that there should be no mistakes which usually creep in due to negligence The standard of accuracy required in many walks of life is cent percent Take the case of the railway singal-man Any mistake on his part may result in a terrible disaster Similarly small mistakes like the writing of an incorrect address on an envelope, putting the letter in the wrong envelope, omitting to send enclosures,

or putting insufficient postage stamp and such other mistakes cause much irritation and trouble

Other Characteristics

8 Simplicity The language of the business letters should be very simple There is no need to use long and 'learned' words in our business letters , nay more simple words will serve the purpose better Do not drag in long words just because they are long. Write simply and accurately

9 Forcefulness Needless to say, a business letter should be very forceful and impressive This needs careful planning of the letter The writer should marshall the facts and figures and place them in a right perspective to win his way

10 Tact What oil is to machinery, tact is to life Tact is a big term and means much The word 'Tact' may be used in two senses First, it may include some of the essentials discussed above, viz, Compactness, Courtesy, Clearness, Forcefulness etc Secondly, it may mean a method of tackling a rather ticklish problem in a diplomatic and round-about fashion, instead of in a straight-forward and frank manner In business we do not encourage tact of the second variety We consider all business men as gentlemen and if an occasion arise they should not mind a straight clean hit, suspicion and insinuation they do abominate Most people appreciate frankness

Structure of a Business Letter

The structure or the form of a business letter consists of the following parts —

THE FORM OF A LETTER

1 *The Heading*
2 *The Date*
3 *The Inside Address*
4 *The Salutation*
5 *The Body of the Letter*
6 *The Complimentary Close or the Subscription*
7 *Signature*
8 *The Dictator's and Stenographer's Initials.*
6 *The Subject Heading*
10 *Enclosures*
11 *Postscripts*
12 *Continuation Sheets*
13 *Reference No*

The following diagram shows the arrangement of the various parts of a letter on the letterhead :—

(1) **The Heading**

(2) **Place and Date**

(13) **Reference No**

(3) **Inside Address**

(4) **The Salutation**

(9) **The Subject Heading.**

(5) **The body of the Letter**

(12) Continuation Sheet No

(6) The Complimentary Close or Subscription.

(7) Signatures.

(10) Enclosures.

(8) The Dictator's and Stenographer's Initials

(11) P S (Post Script)

Standared Questions

1 What is a "Good Letter Disscuss the essentials of a good business letter

2. Give the form or skeleton of a business letter.

CHAPTER 7

LETTER OF APPLICATION AND APPOINTMENT

What is a Letter of Application ?

A letter of application is a sales letter that sells your personal services It is a letter that sells your ability, skill, training, services, personality etc After the completion of the educational career, every student is in need of service which he seeks through 'letters of application ' Hence, it is essential that we should know how to write application letter in a proper, convincing and attractive style

The Essentials of a Letter of Application

Normally an application-letter contains the following :—

1 **Name and Address of the Prospective Employer**
   Or
   Post Box No Or
   Box No
   C/o The Advertising Paper
   } According to the Advertisement

2 **Salutation**

3 **Body** (a) Reference to the advertisement in response to which the application is being sent
   (b) Qualifications
   (c) Experience
   (d) Age & General physique
   (e) References
   (f) Minimum Salary acceptable, if required
   (g) Request for an interview

4 **Complimentary Close and Signature**

5 **Enclosures**

6 **Date**

7 **Address of the Applicant**

1 Name and Address of the Prospective Employer Here write the name and address of the prospective employer as it appears in the advertisement. Sometimes, in order to avoid

personal canvassing, employers prefer to give Post Box No or P B No C/o The advertiser

2 **Salutation** In application letters, 'Dear Sir' or 'Dear Sirs' is the common form of salutation If the application is addressed to a Govt or semi-government body, 'Sir' may be used

3 **Body** (*a*) The letter of application should be simple and direct without being abrupt The very first sentence should establish a point of contact State how you have come to know of the vacancy, specify the exact job for which you are applying Make it clear that you understand the needs of the emloyer

(*b*) *Qualifications* Show how you are suitable for the post you are applying for Give facts of your career State your qualifications giving a detailed information of the various examinations taken with the year of passing, name of the University, division and distinctions, if any If you have participated in the intra and extra mural activities, a mention of the same may be made

(c) *Experience* Here the applicant should mention the place or places where he has served, the period of service and the nature of the post held Employer's certificates may also be attached

(*d*) *Age and General Physique* Sometimes minimum and maximum age-limits are mentioned in the advertisements Therefore, it is essential that the age of the applicant should be within the prescibed limits A certificate in proof of age should be attached with the application A line with regard to the general physique of the candidate should also be given.

(*e*) *References* —Here names and addresses of at least to respective persons, not related to the applicant, should be given so that a reference with regard to the character and integrity of the applicant may be made by the employer If the applicant is already in sevice he should send his application through his departmental head with an endorsement from him

(*f*) *Minimum Salary Acceptable* —If the candidate is requird to mention the minimum salary acceptable, he should do so after due consideration of his present emoluments, subsidiary benefits and future prospects,

(g) *Request for an Interview* —The close of your letter of application should get action It should stimulate the reader to interview you Always make a direct request for an interview

4 **Complimentary Close and Signature** —'Yours faithfully is a very common complimentary close The applicant should sign his name in full It should be neat and legible

5 **Enclosures** The total number of the certificates and testimonials should be given at the left–hand bottom margin of the application

6 **Date** The date of application is given on the left-hand side of the application below enclosures.

7 Address of the Applicant The application must be properly addressed In case the applicant thinks of going to some other place in the meantime, he should give the address of the place where he is likely to stay or his permanent address

SPECIMEN LETTERS OF APPLICATION, ETC

(I) Stenographer's Application

Messrs Garg & Company,
New Road,
Gwalior

Dear Sirs,

Having seen your advertisement for the post of a stenographer in your pioneer concern in today's Hindustan Times, I offer my service for the post and hope you will give me an opportunity of proving my worth to you The following are my qualifications which I hope you will find satisfactory

Age 24 years

Education I passed my High School Exmination from V C High School Gwalior in First Division and my I Com and B. Com examination from the Victoria College Gwalior in second divison in the year 1952, 1954 and 1956 respectively

Speed I can type neatly at the rate of 50 words a minute and take down shorthand notes at a speed of 120 words a minute

Experience After graduating myself, I joined the firm of M/s Jain Bros, Mahatma Gandhi Marg, Agra as a Steno-cum-accounts clerk, were I am still serving The only reason to leave the present job is to brighten my future prospects and serve at Gwalior

References I mention the following two names as my referee who may be consulted with regard to my character, integrity and suitability for the post

1 Sri R Mahendra,
General Manager,
M/s Jain Bros
Mahatma Gandhi Marg, Agra

2 Dr S C Saksena,
Assistant Professor of Commerce,
M L B College, Gwalior

Salary. I am prepared to serve for any reasonable salary that you may be pleased to offer I sincerely hope that you will give me a trial before deciding about the salary, which in your opinion would be appropriate for the work I shall do

Certificates I enclose a few copies of testimonials and certificates from my Professors and present employers which will speak of my character, ability and honesty

I hope you will kindly give me an appointment when I may

call at your office for an interview I assure you that I shall do my best to satisfy you in every way.

Yours faithfully,
Ramesh Chandra
Mohan Niwas
New Road,
Gwalior

Encls 5
July 2nd, 1961.

II. Book-keeper's Application

The Advertiser,
P O Box No 45,
C/o Hindustan Times, Delhi

Dear Sir,

In response to your advertisement in today's Hindustan Times for the post of a Book-keeper and accountant in your Company, I wish to offer my candidature for the same I give below the details of my academic qualifications and experience —
Academic Qualifications.

Year	Exam Passed	Name of the Institution	Divison	Remarks
1954	High School	V C school, Gwalior	First	Distinction in Mathematics
1956	I. Com	Victoria College Gwl	First	II Possition and Distinction in A/cs
1958	B Com	,, ,,	First	I Position

Experience (i) Gwalior Potteries, Gwalior (1958 to 1959) As Deputy Accountant

(ii) Gangwal Industries, Gwalior (1959-Continuing) As Deputy Manager and Accountant

Age and General Physique 27 years next birthday, Sound health
References Sri Vikram Bhargava,
General Manager,
Gwalior Potteries, Gwalior,

(ii) Sri Kesri Mal Gangwal,
Proprietor,
Gangwal Industries, Gwalior

Minimum Salary Acceptable **Rs 300/-Per month**

Encls, 5
July 4, 1961
12 New Road, Gwalior.

Yours faithfully,
B. N Gupta.

VII Letter of Appointment

GARG & COMPANY

Shri Girraj Kishore,
New Road,
Agra

New Road,
Agra
25th July, 1961

Dear Sir,

With reference to your application of the 2nd July, 1961 for the post of a Stenographer, we have pleasure in informing you that you have been appointed as a Stenographer in this office in the grade of Rs 200-15 450, on an initial salary of Rs 200 per month plus dearness and other allowances admissible under the rules of the company You will be on probation for a year We shall expect you to join as early as possible, but not later than 15th August, 1961

Kindly let us know when you are joining

Yours faithfully,
For Garg & Company,
R N Garg,
Manager

SC/KC

Standard Questions

1 Answer the following advertisement

WANTED—An Assistant Accountant for Sugar Mill in U P must be a neat-hand and should possess a sound commercial knowledge Good prospects for a really intelligent and capable person Apply to Box No 426 Care of the Hindustan Times, Delhi

2 Reply to the following advertisement

Bank Manager needs confidential Secretary, Young man of superior training, knowledge of Stenography essential, must possess tact and judgement Occasional travel necessary Answer in your own handwriting

3 Write a reply to the following advertisement

WANTED—A Junior Clerk for the office of the Muir Mills Co Ltd Kanpur, on a salary of Rs 150-10-250 A knowledge of Business Routine, Typewritting and Book-keeping is essential Apply stating age, qualifications and experience to the Secretary

4 The Management of Muir Mills Co Ltd Kanpur has decided to appoint Mr Ramesh chandra as an Accountant in the grade Rs 200-15-450 on an initial start of Rs 200/. Draft the necessary letter of appointment

CHAPTER 8
LETTERS REGARDING INQUIRIES, QUOTATIONS OFFERS AND ORDERS

The important thing about letters making inquires, giving quotations or orders is that they should be clear, exact and definite The following are certain general hints applicable to such letters

1. A specific and detailed description of the goods required should be given in the 'Enquiry' letters to avoid any confusion to the supplier. If necessary, and possible, a request for samples should also be made.

2. If possible, an approximate estimate of the immediate and future requirments should be given This will help the supplier to quote his terms more precisely.

3 If the goods are needed for some special purpose or occasion, this should be mentioned so that the supplier may offer the goods specially suited for the purpose or occasion.

4 A request should be made to the supplier to quote his minimum prices, terms of sale and mode of payment

5 Replies to enquiries are known as 'Quotations' Great care should be taken in their drafting because they may originate business There should be a specific mention of discount, commission, credit facilities, special conditions of sale etc, in the letters of quotations

6 Sometimes direct *'Offers'* are also made to prospective customers, especially to regular customers or to old patrons from whom no order has been recieved for some time 'Offers' should be writen in a persuasive style and should mention quality, price, quantity, weight etc, of the goods offered It should also state the time for which the offer is to remain effective

(7) If the quotation is accepted, the order should mention the important particulars contained in it (quotation) Usually it contains information on the following points —(*i*) Quality of the goods required, (*ii*) price, (*iii*) Quality, *i e*, the exact number and the size of the goods required, (*iv*) Mode of Packing desired, (*v*) Mode of Transport, (*vi*) time and place of delivery and (*vii*) Insurance The orders should be thankfully acknowledged immediately after their receipt.

(8) If an order has been the result of an advertisement, sample, price-list, catalogue, etc., it must contain exact referance in order

to preclude any form of doubt If any mistake is made, the goods may have to be returned or the order refilled

(9) A new customer placing an order should state how he is going to pay for it How will have to give referance to responsible trade connections and to his financial status

(10) If an order is against cash, its amount and form should be stated

I Letter Requesting for a Price-list.

POPULAR BOOK HOUSE

Telegram 'BOOK'

College, Road,
Bhopal
2nd July, 1961

Messrs. Sahitya Bhawan,
Suee Katra
Agra

Dear Sirs,

Please send us as early as possible the price-list of your latest publications with lowest quotations and oblige

Your faithfully,'
For Popular Book House,
Prem Chand,
Manager.

II Inquiry Addressed to an Unknown Firm

POPULAR FANCY STORE

Telephone No
Telegram

New Market,
Bhopal,
2nd July, 1961

Reference No
M/S Manohar & Sons,
Fort,
Bombay

Dear Sir,

Your name as manufacturers of Fancy goods has been mentioned to us by our friend, Mr S C Gupta of M/s Gupta Fancy Stores of this city As we propose to buy a considerable quantity of Fancy goods for the ensuing New Market, we shall be glad if you will kindly send us your catalogue together with quotations for large quantities Please mention also the time you would require to effect delivery and the conditions of payment

We give below a cuople of trade references, and hope that you will facilitate business by quoting rock-bottom price

Yours faithfully,
For Popular Fancy Store,
Ram Lal,
Manager

References ·

1 Sharma & Co,
Fort, Bombay

2 Kanti Fancy Store,
Kalvadevi Road,
Bombay

III. Letter of Quotation

GODREJ & BOYCE MFG CO, LTD

(H O Bombay)

Tel Add 'GODREJ'
Phone No 256

12, Mall Road,
Indore,
2nd July, 1961

Sahitya Bhawan,
Suee Katra,
Agra

Dear Sirs

Re Price List for Filing Cabinet

Your No GB 60/19 of 29 June, 1961

While thanking you for your above enquiry we have pleasure in quoting as under —

"Godrej" patent 4-drawers Foolscap size steel filing cabinet measuring.

54" High × 16½" Wide × 27½" Deep (Outside fitted with ball bearing slides, adjustable file-compressors, and automatic looking device)

Price Rs 225/ F. O R Bombay each net

Colour Portland Grey

Delivery. During August, Ex-works, Bombay

Terms 35% cash with order and balance against documents through any bank or V P

Sales Tax The above prices are exclusive of sales tax which will be to your account

Trusting to be favoured with your valued order and assuring you of our best services and prompt attention at all times

Yours faithfully,
For Godrej & Boyce Mfg Co. Ltd,
Ram Chand
Sales Incharge

IV. A Letter Making an Offer.

DABRA SUGAR COMPANY

Dabra,
2nd July, 1961.

M/S Ram Lal Shankar Lal,
Naya Bazar,
Agra

Dear Sirs,

We are pleased to offer you the followings goods subject to their remaining unsold till 15th July 1961 —

1 150 Mds of Crystal Sugar No 1 @ Rs 15/- per Md. F O R

2 100 Mds of White Sugar No 2 × Rs 12/- per Md F O R

The above prices are for immediate delivery and are subject to 5% reduction in case if the payment is made within a week

Yours faithfully,
For Dabra Sugar Company,
Kali Charan
Manager

V Order for Goods

ANAND HOTEL AND RESTAURANT

Phone No 'ANAND'

Station Road,
Gawalior,
2nd July, 1961

M/S Gupta Bros ,
Mahatma Gandhi Road,
INDORE

Dear Sirs,

Would you please send us by rail the following articles listed in your current catalogue —

No 24	Ten dozen sets of Knives and Forks with ebony handles	Rs 10 per doz
No 27	Ten dozen sets of Knives and Forks with horn handles	Rs 12 per doz
No 30	Twelve dozen forks with 4 Prongs	R 8 per doz
No 35	Six dozen Vegetable Knives	Rs 9 per doz
No 39	Ten dozen Sataybrit Dessert Spoons	Rs 10 per doz

On the receipt of the consignment, we shall cover you for the amount of the invoice

Yours faithfully,
For Anand Hotel and Restaurant
Krishna Chand,
Proprietor,

Standard Questions

1 Write a letter of enquiry for quotation to the Kanpur Woollen Mills Co Ltd for various kinds of woolled goods Give your own details

2 Write a business-like letter to M/S X & Co quoting prices, terms of payment, and necessary particulars in reply to an inquiry from them for steel trunks

3 Write a letter to a prospective customer from whom you have received an order for the first time acknowledging the order and asking for reference

4 Write the following letters, employing fictitious names and addresses —

(i) A letter enclosing price list ,
(ii) The reply giving a first order, and
(iii) Acknowledgement of order.

———

CHAPTER 9

LETTERS REGARDING TRADE REFERENCE AND STATUS INQUIRIES

Credit today plays a very important role in business and a large volume of trade depends on it For the purpose of granting credit, inquiries have to be made concerning the reputation, character, standing aud financial capacity to receive credit Such information can be obtained from the following sources

(i) Friends or relatives,

(ii) Information Bureau or Inquiry Agencies,

(iii) Banks, or

(iv) Chambers of Commerce and Trade Associations

The following points should be taken into consideration in the draft of such letters —

1 Before taking up the references supplied, the firm recieving the order should make sure that referees themelves are reliable and firms of repute

2 The name of the firm about which the enpuiry is being made may be given in the letter or on a separate slip of paper enclosed with it only a reference to that slip being made in the letter

3 The letter should also contain the extent to which credit is requird, because this will help the referee to be more specific in his reply

4 Replies to Status Enquiries may be either favourable or unfavourable But the information supplied should be strictly in accordance with truth

SPECIMEN LETTRS

I Letter asking for Names of Referees

GUPTA CLOTH STORE

Phone No 298

Station Road,
Gawalior,
2nd July, 1961

M/S Ram Lal Shanker Lal,
Freeganj, Ujjain

(Confidential)

Dear Sirs,

We thank you for your order of 29th June, 1961 and it is having our best attention

It is our invariable practice, when opening new accounts, to ask for a couple of trade references. As we have not had the

pleasure of doing business with you previously, we shall much appreciate your sending us, as soon as convenient, the names of two firms of standing in your town

Yours faithfully
For Gupta Cloth Stores,
Ram Nath Gupta,
Proprietor.

II Letter giving References

RAM LAL SHANKER LAL

Phone No 287

Freeganj,
Ujjain, 5th July, 1961

M/S Gupta Cloth Stores,
Station Road
Gawalior

Dear Sirs,

We are in receipt of your letter dated 2nd July, 1961 demanding trade references We were under the impression that we were already known to you However, as desired, we are giving below two references which, we hope, will be found satisfactory, and we shall have all the necessary facilities from you —

1 Garg & Co,
Freeganj
Ujjain
2. The Agent,
State Bank of India,
Ujjain

Looking forward to a large volume of business to our mutual advantange

Yours faithfully,
For Ram Lal Shankar Lal,
Ram Lal,
Partner

III Letter taking up Reference

GUPTA CLOTH STORES

Phone No · *298*

Station Road.
Gwalior,
8th July, 1961

M/S Garg & Company,
Freeganj, Ujjain.

(Confidential)

Dear Sirs,

We have received an order for goods worth Rs. 4,000 from M/S Ram Lal Shankar Lal of your city, who have given us your reference As we have had no previous dealings with them and are not aware of their standing and financial position, we shall feel greatly oblised if you will kindly let us have your candid opinion about them.

Any information that you may give us will naturally be treated as most confidential

Yours Sicerely,
For Gupta Cloth Stores
Ram Nath Gupta,
Proprietor

IV. Letter giving Favourable Reference

GARG & COMPANY

Phone No 120

Freeganj,
Ujjain,
12th July, 1961

M/S Gupta Cloth Stores,
Station Road,
Gwalior

(Confidential)

Dear Sirs,

In reply to your enquiry of the 8th inst, about the financial position of M/S Ram Lal Shankar Lal of this city, we are pleased to inform you that this firm has been doing business with us for the last seven years We have always found them prompt in payment and straightforward in business dealings They have strong financial position and enjoy good reputation in this town

In our opinion you can safely give them credit for the amount you have mentioned

We hope this information will serve your purpose

Yours faithfully,
For Garg & Company,
S C Garg,
Proprietor.

V Letter giving Unfavourable Reference

GARG & COMPANY

Phone No 120

Freeganj,
Ujjain,
12th July, 1961

M/S Gupta Cloth Stores,
Station Road,
Gwalior,

(Confidential)

Dear Sirs,

In reply to your enquiry of 8th inst, we advise you to be rather cautious in your dealing with the firm mentioned by you They have a wide circle of customers but we do not think that their business transactions justify credit to the exent menioned in your letter

We hope that the information given above will be of use to you and will be treated as most confidential

Yours faithfully,
For Garg & Company,
S C Garg,
Proprietor.

VI Letter refusing to Grant Credit

GUPTA CLOTH STORES

Phone No 298 StationRoad,
Gwalior,
15th July, 1961

M/S RamLal Shankar Lal,
Freeganj,
Ujjain

Dear Sirs,

We are sorry to inform you that on account of unsatisfactory information, which we have received from your referee and the unexpected cash purchases we had to make recently, we are unable to give you the credit which you have asked for We therefore, request you to send us a cheque for Rs 4,000/- by return of post so that we may send the goods to you without delay

We hope that you will realize our position and send the above mentioned cheque at an early date

Yours faithfully,
For Gupta Cloth Stores,
Ram Nath Gupta,
Proprietor

Standard Questions

1 What do you mean by a letter of trade reference? what special points should be taken into consideration while drafting such letters ?

2 Explain how status enquiries are made and treated in the business world

You have received an enquiry from M/S Shah Bros Bombay, regarding the financial status of M/S Patel Bros, Chandni Chowk Delhi with whom you had some dealings in the past Draft —(i) The letter of enquiry and (ii) both a favourable and an unfavourable reply to it.

3 Write a letter to M/S S Chand & Co, Delhi enquiring from them the status and reputation of a prospective customer

———

CHAPTER 10

LETTERS OF CONFIRMATION AND EXECUTION OF ORDERS

When an order has been received, an acknowledgement of its acceptance (known as what we call 'Confirmation') should be made immediately It is a mark of courtesy as well as good business If the order is from a new customer, its acknowledgement should be accompanied with a personal letter, welcoming him to the list of satisfied patrons In the case of regular customers, however, a formal letter may be used But if the order is of an unusual size, a personal letter should be written thanking the customer for this business and congratulating him on being so successful in handling the merchandise of the selling firm The acknowledgement of an order should contain the following essential points —

1 The date of the order ,
2 The buyer's order number, if any ,
3 A repetition of the essential points of the order such as, specification of the goods, prices, mode and time of delivery, etc
4 Thank the customer for his order and solicitation for further orders

Sometimes the customer's order may be lacking in exact information about the goods desired, the remittance or trade references may be wanting or payment may be inadequate In such cases, the acknowledgment must be very tactful , first of all thank the customer for the order and then ask for the information that may be wanting The letter should be drafted in such a way that the recipient may feel that it is intended to protect his interests Sometimes it may happen that the goods are out of stock and an order cannot be executed with in the specified period In such a case, the acknowledgment letter should state the definite date when the goods can be supplied or suggest a substitute or offer both the alternatives Letters advising the execution of orders are sent with the invoice They should contain (i) the date and number of the order, (ii) specification of goods , (iii) date of transport , (vi) amount of the invoice and (v) mode of payment When only a part of the order is executed, the advise letter should state the reasons for doing so with a view to avoiding misunderstanding The following letters illustrate these remarks ,—

I. Acknowledgment of Order—Simple Form

POPULAR BOOK HOUSE
(Booksellers, Publishers etc)

Phone No 45 College Road,
Tel Add. 'Popular' Morena,
2nd July, 1961

Sahitya Bhawan,
Suee Katra, Agra

Dear Sirs,

We thank you for your order No dated for 50 Copies of 'Businesss Drafting by Dr S C Saksena We assure you that we shall take every care to execute the order to your satisfaction

We shall be sending the R/R as soon as the goods are sent

Yours faithfully,
For Popular Book House,
Kedar Nath,
Manager

II Acknowledgement and Execution of an Order From New Customer

RAM NATH KEDAR NATH

Tel Add 'NATH' Freeganj,
Phone No 21 Ujjain,
2nd July, 1961

M/S Inder Chand Phool Chand,
Daulatganj,
Gwalior

Dear Sirs,

We thank you for your order No 786 dated 29th June, 1960 for 50 Nylon Sarees 35/- each and 54 Chanderi Sarees Rs 45/- each These goods have been despatched to you today by rail and from the invoice enclosed you will note that the amount due to us is Rs 4,180/- only

This is the first occasion when we have the pleasure to execute your order and we heartily welcome you to our list of satisfied customers We assure you that you will always find our goods satisfactory and hope that this trial order will lead to an enduring connection with you.

Yours faithfully,
For Ram Nath Kedar Nath,
Enc 1 *Ram Nath*
Partner

III Letter of Advice Regarding Despatch of Goods

TRIPATHI & SONS

Phone No 91 Bara Bazar,
Indore
23 July, 1961.

M/S Agarwal & Bros,
New Road,
Bhopal

Dear Sirs,

With reference to your order No 61 dated 12th July, 1961, we have today despatched by goods train two consignments containing your desired goods, which we trust you will find in order

Please find enclosed an Invoice of Rs 800/- for which we have drawn on you for 30 days from the date of the invoice We have forwarded the R/R through the N P Cooperative Bank Ltd and the same will be handed over to you on your accepting the draft

We trust that you will find the goods satisfactory and their quality will induce you to entrust us with further orders

Yours faithfully,
For Tripathi & Sons,
Ram Nath Tripathi,
Manager

Enc 1

Standard Questions

1 Write a letter to M/S Sharma and Bros, Indore, intimating despatch of certain goods and advising them that you have drawn on them for the value of goods through Central Bank of India Ltd

2 The Popular Cloth Stores express regret at being out of stock of a particular brand of shirting They expect fresh supply within a month But if the customer cannot wait so long, they can supply as substitute another brand (sample enclosed), cheaper and slightly inferior in quality Draft the letter

3 Advise M/S Roy & Co of the execution of their, first order after a long interval and express the hope that this will lead to a more enduring connection than before

4 A Calcutta firm has despatched 10 bales of cormatting to a firm in Lucknow per C Rly carriage paid Write a letter from the former to the latter advising despatch of the goods, enclosing invoice for Rs 1,200 and stating that the R/R has been sent through the P N Bank Ltd, who will return the same against payment of the amount of the Invoice and their commission

CHAPTER 11

LETTERS OF REFUSAL AND CANCELLATION OF ORDERS

Refusal

Circumstances may arise when an order has to be refused, e g when a manufacturer receives an order from a retailer of a town in which an exclusive agency has been given to another retailer In the drafting of Letters of Refusal, the reasons for refusal should be clearly given, e g, goods not being in stock, customer being insolvent or undesirable, etc

Similarly, circumstances may arise when customer may be compelled to cancel his order In such cases, the followings points should be taken into consideration —

Cancellation

1 The letter cancelling the order must state clearly the reasons for the cancellation
2 The letter must reach the selling firm before the order is executed
3. The letter cancelling the order should hold out assurance to make good the loss of the order cancelled by future orders

The following specimen letter will explain these points —

I Refusal on Technical Ground

KEDAR & COMPANY

Phone No 90 | Kedar Road, Gwalior,

23rd July, 1961

M/S Ram & Bros,
Station Road,
AGRA

Dear Sirs,

We thank you four your order No dated , but we are sorry to have to tell you that we are unable to accept orders for direct supply from Bihar and Assam as we have given exclusive agency for the area to M/S Shah & Co, Patna

We are, however, sending your order to M/S Shah & Co, and they will establish contact with you.

We fully appreciate the interest you take in our goods and hope that it will increase to our mutual advantage

Yours faithfully,
For Kedar & Company,
Kedar Nath,
Proprietor.

II Cancelling an order for undue delay

RAM & COMPANY

Station Road,
Gwalior,
12th July, 1961

Phone No 39

M/S Shah & Bros ,
Rajakimandi,
Agra,

Dear Sirs,

We are really very sorry to note that you have not yet executed our order No , dated for 100 yards of woollen shirting The delivery was due on 2nd July, 1960, but so far we have received neither the goods nor any letter from you

As the time of delivery has long expired, we are compelled to cancel the order, and should the goods arrive they will be refused

Yours faithfully,
For Ram & Company,
Ram Chand
Manager

Standard Questions

1 What special points should be taken into account while drafting (i) Letters of Refusal and (ii) Letters of Cancellation of an order ?

2 You have received an order for 'Crown' Varnish which you no longer stock Thank your customer for his appreciation of this brand and point out why you no longer stock it Try to interest him in 'Moon' Varnish which you stock at present

3 Shah & Co regret the cancellation of the order and express the hope that other orders will follow Draft the necessary letter of cancellation

CHAPTER 12

LETTERS REGARDING COMPLAINTS AND ADJUSTMENTS

Letters of Complaint

Letters of Complaint may be written by one businessman to another or by a businessman to some railway, postal or other authority in the following circumstances —(i) Late receipt of the consignment, (ii) When the articles are not according to order, (iii) When the goods are of inferior quality, (iv) When there is shortage of goods (v) When the goods have been damaged in transit or (vi) When the invoice shows an overcharge

The following points should be taken into consideration while drafting a Letter of Complaint —

(1) It must be very polite Politeness, we should not forget, is one of the highest business qualities Politeness is politic, it is an asset

(2) The letter should be fair and temperate It should show that the trouble is too serious to be overlooked.

(3) The letter must state facts only without any imputation It should not find fault with a particular individual or firm nor imply bad faith by hinting that the firm is knowingly trying to defraud the customer

(4) The letter must be complete, i e, it must supply all the details that may be necessary to adjust what is wrong

(5) The letter must make a definite and reasonable request for redress The follwing examples will explain the above points —

I Complaint regarding inferior quality

Kedar & Company

Phone No 12
Tell Add 'Kedar'

Sarafa Bazar,
12th July, 1961

M/S Ram Chand Krishna Chand,
Station Road,
Gwalior

Dear Sirs,

We thank you for your prompt despatch of Varnish ordered by us on the 2nd inst, but regret to tell you that the quality of this consignment does not tally with that of the previous one dated 10th June last

The Varnish you have supplied this time is rather too thick which renders its use disadvantageous and less economical.

We are however, prepared to retain the goods on condition that an allowance of 5% is made in the price, failing that, the goods will be held at your disposal pending your instructions as to how they should be returned

Yours faithfully,
For Kedar & Co,
Kedar Nath,
Manager,

Letters of Adjustment

In the case of an adjustment, the company may adopt any of the following attitudes —

(i) The customer is always right
(ii) Grant adjustment where the claim is just
(iii) Caveat Emptor—'Let the buyer be ware'

The following points should be taken into consideration in the drafting of such letters —

1 It must be prompt
2 It must be positive.
3 It must be sincere.
4 It must be tactful
5 It must be sympathetic, and
6. It must be courteous

The following specimen will illustrate the above points —

I Granting Claim

RAM & COMPANY

Station Road,
Kanpur,
2nd July, 1961

M/S Malik and Company,
New Road,
Indore

Dear Sirs,

We thank you for your letter of the 25th ultimo and very much regret that three tins of biscuits in our trial order were found defective

As requested, we have credited you today with Rs 20/- and sincerely hope that you did not incur any disagreeable consequences because of the unfortunate error

We assure you that we are taking every precaution and it seems unlikely that such things would occur again

Yours faithfully,
For Ram & Company
Ram Lal,
General Manager,

II Answer to complaint about goods received in damaged condition.

RAM & SONS — New Mal Road,
Simla,
12th July, 1961

M/S Diwan & Bros,
Mal Road,
Kanpur,

Dear Sirs,

We are surprised to receive your letter No L/76 of 8th inst in which you inform us that the parcel containing the goods which you had orderd on the 1st of July, 1961 and which we had despatched by goods train on the 4th inst were received in a damaged condition We do not understand the cause of that damage Our packing department has always been very careful in carrying out our customers' instructions The goods were packed, as usual, in strongly made packing cases lined with waterproof papers Unless you are willing to pay more in future for packing goods in wooden cases lined with tin, we can send you consignments packed only in the way the last one was

We are very sorry to have your complaint, but we assure you that we did our best to carry out your instructions and trust that in future you will have no cause for disappointment

Your faithfully,
For Ram & Sons
Ramchand,
Proprietor

III Claiming damage from railway authorities.

VASANT & COMPANY

Lower Bazar
Nasik,
12th July, 1961

The Claims Inspector
Central Railway,
BOMBAY

Dear Sir,

We regret to point out that 2 bales of cotton piece goods, forming part of the consignment from Birla Mills, Bombay, to us, and covered by your R/R No D/8799, were found on arrival here to have been damaged in transit The bales showed obvious signs of pilferage, and on examination this was confirmed A note to this effect was made at the time of taking the delivery by us

Enclosed please find details of the damage Our claim for compensation amounts to Rs 300/- only Please give this matter to your immediate attention

Yours faithfully
For Vasant & Co,
V C Jain
Manager.

Standard Questions

1 Reply to M/S Roy & Co , Fort Bombay, returning articles supplied by them, as not being up to the specification mentioned and the samples supplied, and asking for a refund of deposit money paid

2 Write a letter to a Railway authority complaining of delay in the transit of goods

3 Reply to a customer who is dissatisfied with the quality of goods supplied to him

4 You are a correspondence clerk to a wholesale firm and have just received a letter from a dealer acknowledging the receipt of a part of the goods ordered, mentioning some which have not arrived, some which are not true to samples shown by travelling agent, and some which are not what were meant in the order Draft a suitable reply

5 Write a letter to the local Post Office, complaining of the late delivery of a parcel which was urgently needed by you Give the necessary details to prove that the delay has been caused by the postal department

CHAPTER 13

DUNNING OR COLLECTION LETTERS

Dunning or Collection Letters are written to those persons who fail to make payment of the amount due on them within the stipulated time The function of such a letter is to collect money on outstanding accounts, and at the same time to maintain cordial relations The guiding principle for the writer of collection letters should be—'collect the account but keep the customer' The following points should be noted in connection with Collection Letters —

1 First of all a statement of account should be sent when the time for payment arises Always assume that the customer will pay This attitude will often make the customer realise his responsibility

2 If the first letter remains unreplied, another letter should be sent drawing the attention of the debtor to the unpaid balance Collection letter should not be apologetic A straightforward request for payment will win the respect of the delinquent The tone of the letter should be courteous, but firm

3 Sales pull in the collection letter is doubly wellcome, but it should not be artificially dragged in

4 If the second letter also remains unreplied, third reminder should be sent in a some what stronger language

5 If the third reminder also meets the same fate, a final letter should be written in which a threat of taking legal steps should be given

6 Collection letters should never be sent on post cards The following specimen will illustrate the above points —

1 Sales and Collection Combined

QUALITY PRODUCTS

Tell Add 'KWALITY' — Delhi Road,
Phone No 120 — Agra,
22nd July, 1961

M/S Banarsidas Bholanath,
Commission Agents
Bara Bazar,
Aligarh

Dear Sirs,

We enclose a copy of our latest catalogue introducing many novelties Perhaps it will be helpful if you will go through it now and outline your requirements for the coming season

Since your present balance of Rs 200/- has been lying due for some time, it would be best for you to send us a cheque for the

amount so that we can fill your new order on open account

Yours faithfully,
For Quality Products,
N Chandra,
Manager

II. Request for the Settlement of Account

RAM LAXMAN & CO

Upper Bazar,
Simla,
12th July, 1961

M/S Vasant & Co,
Mal Road,
Kalka

Dear Sirs,

Our bill collector will call at your office on Thursday of next week for the settlement of your account We hope you will find the enclosed statement of account correct and keep your cheque ready

We take this opportunity of thanking you once more for your patronage and assure you of your co-operation at all times

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co,
Ram Chandra,
Manager

III. First collection letter for payment

RAM LAXMAN & CO

New Road
Delhi,
12th July, 1961

M/S Vasant & Co,
Mal Road,
Gwalior

Dear Sirs,

On going through the books of account it was discovered that your account amounting to Rs 400/- is long overdue As we are closing our books for the half year ending 30th June, we shall be obliged if you look into the matter and send us a cheque for full amount at your earliest convenience

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co,
Ram Chardra,
Manager

IV Collection Letter No. 2.

RAM LAXMAN & COMPANY

New Road,
Delhi
12th July, 1961

M/S Vasant & Co ,
Mal Road, Gwalior,

Dear Sirs,

Our letter of Ist inst regarding your overdue account still remains unreplied As businessmen you must realise that the margin of profit at present is so small that we have to turn over money as often as possible in the year to make it worth our while Delay in payment also prevents business as you must naturally feel reluctant to send us more orders till the old account is settled Thus we lose both ways Therefore, will you please send us your cheque in full settlement as well as fresh orders ?

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co ,
Ram Chandra,
Manager

V Collection Letter No 3

RAM LAXMAN & COMPANY

New Road,
Delhi,
29th July, 1961

M/S Vasant & Co ,
Mal Road,
Gwalior

Dear Sirs,

We are sorry to note that you have completely ignored our letter of the 1st and 15th inst which were sent to you by registered post and in which we have requested you to remit Rs 400/- in full settlement of our overdue account We are inclined to conclude that you are not prepared to effect immediate settlement As you have cosiderably exceeded the period for which we had agreed to give you credit, we insist on your settling this account immediately to avoid any unpleaseantness

Yous faithfully,
For Ram Laxman & Co ,
Ram Chandra,
Manager

VI Final Collection Letter—Threatening Legal Porceedings

RAM LAXMAN & COMPANY

Near Tehsil,
Delhi,
2nd August 1961

M/S Vasant & Co ,
Mal Road,
Gwalior

Dear Sirs

This is our fourth and last request to you for the settlement of your account for Rs 400/- which is now very much overdue

We are sending this letter by Express Delivery Post If the amount is not received by us within 96 hours, we shall be obliged to place the matter in the hands of our legal advisers with instructions to take whatever steps they may think necessary for recovering this amount We sincerely hope that you will not compel us to take steps which you will find most unpleasant and for the costs and consequences of which you alone will be responsible

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co ,
Ram Chandra,
Manager

VII Reply To Above

VASANT & COMPANY

Mal Road,
Gwalior,
6th August, 1961

M/S Ram Laxman & Co ,
New Road,
Delhi

Dear Sirs,

We are really surprised to find in your letter of 2nd August, 1961 that you are thinking of taking legal action against us if the balance of Rs 400/- due from us is not cleared immediately Kindly refer to our letter No K/65/61 dated 2nd July, 1961 in which we pointed out the mistakes in our statement of account sent to us on 25th June, 1961 We have not yet received a corrected statement of account, and hence the threat of legal action has no meaning

In fact it has been our constant practice never to delay payment and this amount of Rs 400/- is a small amount for us which we will pay immediately on receipt of a corrected statement of account from you

Yours faithfull,
For Vasant & Co ,
V C Jain,
Manager

Standard Questions

1 What do you mean by 'A Collection or Dunning Letter' ? State the special points which are to be taken into account while drafting such letters

2 Write a letter to a customer who has been very regular in his payment but has not paid your last bill which has become due

3 "Collection letters are usually written in series " Explain the statement and draft the last two letters of a collection series

CHAPTER 14

CIRCULARS AND GENERAL ANNOUNCEMENTS

What is a Circular Letter ?

A circular is a letter or message, of which a large number of copies are made and sent out to various addresses, imparting to all the same information or message. Circular letters are usually written in the following circumstances :—

1. The establishment of a business
2. The extension or transfer of a business.
3. The taking up of a business
4. Change in partnership or amalgamation with another business
5. Change in address or title.
6. Change in the constitution or policy of the firm,
7. Dissolution or discontinuance of a business, partnership or firm
8. Granting of per pro to an employee or its withdrawal
9. Additions of staff.
10. Change of travellers or representatives
11. Any other matter of information connected with the organisation and conduct to business

Trade Circular should possess the following characteristics —

1. The letter must catch the attention
2. The letter must produce conviction
3. The letter must produce persuation
4. The letter must produce action Hence they must be written in a convincing and attractive style.

The following special points should be noted in the drafting of certain circular letters

(i) Establishment of a Business

(1) The firm-name and the notice of the establishment of the business
(2) Line of business to be started
(3) That the capital invested is adequate.
(4) Knowledge and experience of the manager or proprietor.
(5) A request for the recipient's patronage.
(6) The recipient's attention should be drawn to the specimen signature given at foot of the letter.

(ii) Announcing the Retirement of a Partner.

(1) Express regret for the retirement of a partner,

(2) State that no change is being made in the policy of the firm

(3) If a new name has been adopted it should be properly displayed

(iii) Admission of a Partner

(1) Say something about the new partner's ability and experience and his share of the capital, if any

(2) Express a hope that with the new partner's assistance business is expected to flourish

(3) Attention should be drawn to the incoming partner's signature

(iv) New Branches, Premises and Departments and Expansion of Premises ·

(1) Mention must be made of additional facilities offered as a result of the change

(2) In case of new premises, the address, should be carefully displayed.

(v) Conversion of a Partnership into a Company

(1) Mention that more capital is required for extension

(2) Personal touch should be maintained

The following are some specimen letters —

I. Admission of a New Partner

MATHUR & COMPANY

Main Road,
Aligarh,
12th November, 1961

M/S .. .. .. ,
. . ,
. . .

Dear Sirs,

We have pleasure to inform you that we have this day taken into partnership Mr Suresh Chandra Agarwal, who has for many years acted as our sales manager, and to whose signature at foot we draw your kind attention

We shall continue to carry on business under the same style and on exactly the same lines as hitherto and hope you will continue to favour us with your patronage

We thank you for the support you have so far accorded us

Yours faithfully,
For Mathur & Co,
K Prasad,
Manager

Signature of Mr. S C Agarwal
....

II Retirement of a Partner.

MATHUR & COMPANY

Main Road,
Aligarh,
18 November, 1961.

Mr /Messrs ,
. . . ,

Dear Sir/Sirs,

We regret to inform you of the retirement from this firm of Mr L P Mathur, who was one of the original founders of the firm He is retiring mainly on account of ill-health

It is a cause of great regret to us that we are thus losing the benefit of the experience and ability of one of our oldest partners, but our business will be continued on exactly the same lines as heretofore As the remaining partners have each increased the capital invested, our resources will also remain undiminished.

We highly thank you for the past favour and we assure you that you may rely upon the same care and attention being given to your orders as in the past

Yours faithfully,
For Mathur & Co ,
K Prasad,
Manager

III. Giving Notice of Removal of Factory Premises

GANGWAL INDUSTRIES

Gangwal Bhawan,
Gwalior.
2nd August, 1961

Mr /Messrs ,
. ,

Dear Sir/Sirs,

The steady growth of our business has made it necessary for us to move to more commodious premises As a matter of fact our old premises were insufficient to meet the increased demand of our customers We are, therefore, removing our business to the new premises at

108, Birla Street,
Birlanagar, Gwalior

The new premises are much larger and are within easy reach of the railway Transport difficulties have thus been reduced to a minimum We have equipped the new factory with the most up-to-date types of machines and we expect to produce all kinds of steel goods at the lowest cost of production

We take this opportunity of expressing our thanks for your confidence in the past, as we hope that the changes and improvements that we have now made will lead to even more business

Yours faithfully,
For Gangwal Industries,
Kesri Mal Gangwal,
Proprietor

IV. Death of A Partner

MATHUR & COMPANY

Meston Road,
Kanpur,
12th September, 1961.

M/S ,
. . ,

Dear Sirs,

We have to inform you that due to the death of our senior partner Sri Ramesh Chandra, we have taken into partnership Mr Naresh Chandra Gupta, who was our chief travelling agent in the states of Madhyapradesh Madras, Kerala and Mysore Mr Gupta has been with us for the last one decade and has a good experience of the management of the firm He will now act as the Manager of the Sales Department

The business will, however, be carried on under the same name, at the same premises and on exactly the same lines as before

We highly thank you for the past favour and we assure you that you may rely upon the same care and attention being given to your orders as in the past

Your faithfully,
For Mathur & Co ,
K Prasad,
General Manager

V Granting Power of Procuration

MATAUR & COMPANY

Meston Rood,
Kanpur,
12th July, 1961

M/s ,
,
,

Dear Sirs,

We are glad to inform you that we have this day granted power of procuration to our manager, Mr S C Saksena and request you to treat all that he does in our name as done by us

Mr Saksena's signature is given below for your information —

(Signature of Mr S C Saksena)

Yours faithfully,
Mathur & Company,
M Prasad,
General Manager

VI. Invitation to visit stall at an Exhibition

POPULAR PRODUCTS

Meston Road,
Kanpur,
12th October, 1961

M/S ,
. .
. .

Dear Sir/Sirs

You will be interested to hear that an Industrial Exhibition is to be held in the Exhibition Grounds, Delhi from 15th to 30 of this month We think it will be worth your while to pay a visit to this exhibition as we are sure you will find there a number of articles likely to interest you

You will be pleased to learn that we are also exhibiting our latest products in this exhibition, in Stall No 45 We particularly request you to ask our representative at this stall to show you certain new products which we hope to put on the market within a couple of months He will book your advance orders for these products

We enclose three admission tickets for yourself and other representatives of your firm

Yours faithfully,
For Popular products,
Ram Prasad
General Manager,

VII Announcement of new goods by Manufacturers of Retailers

KANNAUJ ITRA BHANDRA

Main Market,
Gawlior,
17th July, 1961

M/S . ,
,
. . . ,

Dear Sirs,

You will be interested to hear that we intend to place on the market a new perfume which has been fully described in the

enclosed prospectus As you are one of our old customers we are sending you advance information about this new product and also have pleasure in forwarding by separate post of a sample bottle with our trade terms Stocks of this new product will be ready by the end of this month

We have decided to advertise this new perfume on a large scale in several leading newspapers and magazines of India Our advertisements will appear after the 20th of this month We therefore, request you to let us have your order immediately so that you may have stocks in hand when the advertisements begin to appaear in the papers

We expect large order for our new preparation, and as all orders will be executed in strict rotation it will be to your advantage to order your requirements as early as possible

We have prepared some attractive posters for our new perfume and, if you desire, we shall be glad to supply them to you free of charge when despatching your order

Your's faithfully,
For Kannauj Itra Bhandar,
Ram Chandra,
Manager

VIII Announcing a New Product

POPULAR SOAP MANUFACTURERS

Industrial Estate,
Birlanagar,
Gwalior,
10th September, 1961

M/S ,
,

Dear Sir/Sirs,

You will be interested to hear that as a result of month's of patient research by our laboratory staff, we have now prepared a new liquid soap which we hope to put on the market within a month A sample of this preparation has been sent to you by separate post for your personal trial

From the enclosed trade terms and price list you will note that the prices of bottles of different sizes are exceedingly low and compare very favourably with other similar products already in the market It is possible for us to sell our liquid soap at such low prices because of our system of mass production which enables us to to maintain competitive prices without allowing the quality of production to deteriorate

You will notice from the enclosed trade terms that a special extra discount of 10% will be allowed on trial orders received by us before the end of this month.

We hope we shall have your co-operation in the sale of this new product of ours and thank you in anticipation of your trial order

Yours faithfully,
For Popular Soap Manufacturers,
Keshav Prasad,
General Manager

IX Announcing the Establishment of a New Business

TOY BHANDAR

Main Bazar,
Delhi,
18th July 1961

M/S . .. ,
. ... ,
. .. ,

Dear Sir/Sirs,

You will be pleased to hear that from the 11th of August 1961, I shall open a retail shop of my own, under the style "TOY BHANDAR", Main Bazar Delhi, where I request you to send your catalogues and particulars of your best wholesale trade terms

You will remember that for the last ten years I had been the Manager of Manorom Presentation Articles Department of the well known Departmental Stores of M/S Kashi Nath & Co I have in my possession enough capital to enable me to honour my obligations and to keep in stock a large variety of toys from the cheapest to the most expensive so as to satisfy the requirements of all kinds of customers I feel that my experience in the line will enable me to make a success of my business

If you can quote special terms for large orders I may be able to stock your goods in such quantities as will enable me to display them on a grand scale This, you will realise, will be mutually beneficial

Yours faithfully,
For Toy Bhandar,
Ram Singh
Proprietor

Standard Questions

1 Define a 'Circular Letter' What special points should be taken into consideration in the drafting of such letters ?

2 Inform your customers by a circular letter that your shop has been destroyed by fire and that you have temporarily shifted your business to a new site.

3 Draft a circular letter to be sent to your regular customers announcing the arrival of some fresh goods in your stock

4 Draft a circular letter from the following data :—

A general store shifting to another address—advantages of the new site—rail increase in trade—adding two new departments—soliciting further patronage

5 M/S Shah & Co have newly established themselves as silk merchants in Main Bazar, Indore Write a circular letter regarding their business to their prospecive customers

6 Write a circular letter to your customers inviting them to visit your Stall in Exhibition to be held from the middle of this month

---

बाजार समाचार
(MARKET REPORT)

१५.

वस्तु विपणियों में प्रयोग होने वाली विशिष्ट शब्दावली

प्रारम्भिक

वाणिज्य के पदार्थों को प्राय तीन भागो मे विभाजित किया जा सकता है—(अ) कृषि पदार्थ एवं औद्योगिक कच्चा माल, जैसे—गेहूँ, चावल, चना, ज्वार, बाजरा मक्का, दालें, चाय, तिलहन, कपास, पटसन आदि। (आ) निर्मित पदार्थ, जैसे—सूती, ऊनी तथा रेशमी वस्त्र, जूट की बनी वस्तुयें, चीनी आदि और (इ) खनिज-पदार्थ, जैसे—सोना, चाँदी, कोयला, लोहा, ताँबा, शीशा आदि। जिस स्थाई एवं सुसगठित स्थान पर उपर्युक्त वस्तुओ का क्रय-विक्रय करने के हेतु व्यापारीगण एकत्रित होते हों उसे 'वस्तु-विपणि' (Commodity Market) कहते हैं।

उपज विनिमय विपणि में प्रयोग होने वाली शब्दावली
(Produce-Exchange-Terms)

(१) तत्काल व्यवहार (Ready or Spot Business)—तत्काल-व्यवहार से आशय ऐसे व्यवहार का है जिसमे वस्तु का क्रय-विक्रय तत्काल उसी क्षण हो जाता है, अर्थात् व्यवहार के समय ही क्रेता को वस्तु की सुपुर्दगी दे दी जाती है और विक्रेता को भुगतान कर दिया जाता है। तत्काल व्यापार को वास्तविक-वस्तु व्यापार (Trading in Actuals) भी कहते हैं। वस्तुओ की पूर्ति तत्कालीन व्यवहारों में या तो व्यापारी अपने भण्डार मे करता है अथवा नई फसल से देता है। कृषि पदार्थ, जो व्यवहार मे आते हैं, साधारणत फसल कट जाने पर ही निश्चित माह में आते हैं। तत्काल व्यवहारों में वस्तुओ की माँग अधिकाशत उपभोक्ता, उद्योगपति, दलालो आदि की ओर से की जाती है।

(२) भावी या अग्रिम व्यवहार (Future or Forward Business)—भावी व्यवहार से आशय ऐसे व्यवहारों का है जिनमें भविष्य मे वस्तु का आदान-प्रदान करने के लिए अनुबन्ध किया जाता है। इन अनुबन्धो को भावी अग्रिम अनुबन्ध (Future or Forward Contracts) कहते हैं। अग्रिम अनुबन्ध उसे कहते हैं जिसके

आधार पर वस्तुओं के देने के लिए एक आगामी तिथि पहले से ही निश्चित कर दी जाती है तथा भावी अनुबन्ध से आशय एक ऐसे अनुबन्ध का है जिसमें पर्याप्त परिकल्पना (Speculation) रहती है और एक अग्रिम अनुबन्ध की ही भाँति वस्तुओं की सुपुर्दगी एक नियत भावी तिथि पर की जाती है, परन्तु विशेषता यह रहती है कि वस्तुओं के मूल्य का अन्तर भुगतान करके इस अनुबन्ध की पूर्ति किसी भी समय की जा सकती है।

भावी व्यवहारों का उपयोग केवल किसी एक ही विशिष्ट वस्तु तक सीमित न रहते हुये सब महत्वपूर्ण वस्तुओं में होता है, जिनका श्रेणीयन एवं प्रमापीकरण हो सकता है, जैसे—गेहूँ, कपास, जूट आदि। कभी-कभी भावी व्यवहार महीनों के नाम से पुकारे जाते हैं। इसका आशय यह है कि उस वस्तु का प्रदान किसी विशेष महीने में (जिस माह के नाम से पुकारे जाते हैं) होगा।

(३) परिकल्पना (Speculation)—परिकाल्पनिक व्यवहार विशेषत भावी व्यवहारों में ही होते हैं, क्योंकि तत्काल व्यवहारों में वस्तुओं का प्रदान एवं भुगतान उसी समय होने के कारण परिकल्पना के लिए गुंजाइश ही नहीं रहती। यदि कोई व्यक्ति भावी अनुबन्ध के आधार पर कोई वस्तु खरीदता या बेचता है तो उसे माल अनुबन्ध की दातव्य तिथि पर देना पड़ता है, किन्तु यदि कोई व्यक्ति किसी वस्तु को दातव्य तिथि (Due date) पर देने या लेने की इच्छा न रखते हुए केवल उसका भुगतान उस तिथि पर लेने की अभिलाषा से भावी अनुबन्ध करता है और ऐसा करने में यदि उसे मूल्यों के अन्तर से लाभ कमाने की इच्छा रहती है तो ऐसे व्यवहार को 'परिकाल्पनिक व्यवहार' (Supeculative Transaction) कहते हैं तथा इन क्रियाओं को 'परिकल्पना' (Speculation) कहते हैं।

साधारणतया जनता परिकाल्पनिक व्यवहारों को घृणा की दृष्टि से देखती है एवं इसे जुआ (Gambling) समझती है, किन्तु यह धारणा भ्रममूलक है। वास्तव में परिकल्पना एक विज्ञान है और प्रत्येक विज्ञान की भाँति परिकाल्पनिक व्यवहार करने के लिए भी उपज-विनिमय-विपणि की स्थिति का समुचित अध्ययन करना पड़ता है। जुए की भाँति केवल भाग्य से ही परिकाल्पनिक व्यवहार नहीं किये जा सकते। इसके लिए बड़ी दूरदर्शिता की आवश्यकता पड़ती है एवं व्यवहार करने के पूर्व ऐसे कारणों का अध्ययन करना पड़ता है जिनसे विपणि की वस्तु के मूल्य प्रभावित होते हैं। जुआ एवं परिकल्पना में अन्तर बतलाते हुए एक व्यक्ति ने लिखा है कि "परिकल्पना का प्रारम्भ होते ही दूरदर्शिता आती है, किन्तु जुआ का प्रारम्भ होते ही दूरदर्शिता समाप्त हो जाती है।"*

यदि किसी वस्तु विशेष के व्यापार में अत्यधिक परिकल्पना है तो उसे 'तीव्र', 'उत्तेजक', काल्पनिक' अथवा 'अनियन्त्रित' परिकल्पना कहते हैं। यदि कोई

* Speculation begins where foresight and gambling begins where foresight ends

व्यक्ति अत्यन्त उतावला होकर तीव्र परिकल्पना में अपने को फँसा लेता है तो इसके भयङ्कर परिणाम हो सकते हैं। दूरदर्शिता रहित परिकाल्पनिक व्यापार भी 'जुआ' ही कहा जायगा।

परिकल्पना करने वाले व्यक्तियों में से कुछ तो व्यावसायिक परिकल्पक (Professional Speculators) होते हैं किन्तु कुछ नये खिलाड़ी (Amateurs) होते हैं। नये खिलाड़ियों को सदैव हानि की आशंका रहती है। वही व्यक्ति यशस्वी परिकल्पक (Perfect Speculator) हो सकता है जो अपना सम्पूर्ण समय एवं मानसिक शक्तियाँ केन्द्रित कर मूल्य प्रभावित करने वाले समस्त घटकों का अध्ययन करके भावी मूल्यों का अनुमान लगा सकता है, किन्तु ऐसी समुचित परिकल्पना भी तभी प्रभावी एवं उपयोगी हो सकती है जब वह समुचित हो तथा प्रतिबन्धित हो।

तेजीवाला और मन्दीवाला (Bulls and Bears)

उपज विनिमय विपणि में भावी व्यवहार करने वाले परिकल्पक दो प्रकार के हो सकते हैं—तेजीवाले (Bulls) और मन्दी वाले (Bears)।

(४) तेजीवाला (Bull)—तेजीवाला परिकल्पक उस व्यक्ति को कहते हैं जो वस्तु के मूल्य वृद्धि की आशा से वस्तुये खरीद लेता है तथा भुगतान अवधि के पूर्व खरीदी हुई वस्तु को नीचे दर से बेचकर लाभ कमाता है। इसको तेजीवाला इसी कारण कहते हैं, क्योंकि यह अग्रिम क्रय सदैव वस्तु के मूल्य में वृद्धि की आशा से ही करता है।

(५) निराश तेजीवाला (Stale Bull)—यदि किसी तेजीवाले परिकल्पक की आशानुसार वस्तु के मूल्य में वृद्धि न हो, अर्थात् बाजार-भाव चढ़ने की अपेक्षा गिर जाये तो उसे 'निराश-तेजीवाला परिकल्पक' (Stale Bull Speculator) कहते हैं।

(६) पक्का तेजीवाला (Staunch Bull)—पक्का तेजीवाला वह है जो सदैव तेजीवाले का ही कार्य करता है और कभी भी मन्दीवाले का काम नहीं करता।

तेजीवाले का धावा या आन्दोलन (Bull Campaign or Bull Rigging)—यदि किसी वस्तु का मूल्य विपणि में परिकाल्पनिक क्रय के कारण बढ़ जाता है और तेजीवाले भी अपनी वस्तुओं का मूल्य बढ़ाने के उद्देश्य से अनेक प्रकार के प्रवाद (Rumours) फैला देते हैं तो गप्पबाजी की ये कार्यवाहियाँ ही 'तेजीवाले के आन्दोलन' के नाम से पुकारी जाती हैं।

(७) तेजीवाले का लेखा (Bull Account)—यदि परिकाल्पनिक क्रय के कारण वस्तुओं का मूल्य चढ़ जाता है तो उसे 'क्रयाधिक्य स्थिति' (Overbought Positions) अथवा 'तेजीवाले का लेखा' कहते है।

(८) तेजीवाले को सहारा देना (Bull Support)—जिस समय उपज-विपणि में परिकाल्पनिक क्रय अधिक होने लगते हैं तो इसे 'तेजीवाला आश्रय' कहते

हैं। इसके लिए 'तेजीवाले की कार्यवाही' (Bull Factor) शब्द का भी प्रयोग किया जाता है।

(६) तेजीवाला घटक (**Bullish Factor**)—जिस किसी कारण से वस्तु के मूल्य में वृद्धि होती है, उसे तेजीवाला घटक या 'तीव्रगामी घटक' (Bull Factor) कहते हैं।

(१०) तेजीवालों की भावना (**Bullish Sentiments**)—जब सटोरियों में यह भावना आ जाती है कि वस्तु के मूल्य चढ़ेंगे तो इसे 'तेजीवालों की भावना' कहते हैं।

(११) तेजीवालों का विस्फोट (**Bullish Outburst**)—जब उक्त भावना से प्रेरित होकर परिकल्पकों द्वारा अग्रिम क्रय अधिक होने लगता है तो इसे 'तेजीवाला विस्फोट' कहते है।

(१२) तेजीवालों का समापन या विलीयन (**Bull Liquidation**)—जब अपने पहले सौदे निपटाने के लिए तेजीवाले विक्रय आरम्भ कर देते हैं, तब उसे 'तेजीवाला विलीयन' कहते हैं। 'विलीयन' का अर्थ यहाँ कुछ हानि उठाकर बेचना है। इस कार्य को 'भार से हल्का होना' (Unloading) भी कहते हैं।

(१३) तेजीवालों का बाजार (**Bull Market**)—जिस बाजार में वस्तुओं का मूल्य सदैव चढ़ता ही रहता है (कभी गिरता नहीं) उसे 'तेजीवालों का बाजार' कहते हैं।

(१४) तेजीवालों की परिषद् (**Bull Syndicate**)—परिकल्पकों का वह संगठन जो वस्तुओं की दर चढ़ाता रहता है, तेजीवालों का परिषद् कहलाता है। अमेरिका में इन परिषदों को 'तेजीवाला संघ' (Bull Pool) कहते है।

(१५) मन्दीवाले (**Bears**)—मन्दीवाला परिकल्पक वह व्यक्ति है जो अग्रिम व्यवहारों में इस आशा से विक्रय करता है कि भविष्य में मूल्य गिर जायेंगे तथा भुगतान के पूर्व ही वह मूल्य गिरने से सस्ते दर पर वस्तु खरीद कर देगा, जिससे उसे लाभ होगा। मन्दड़ियों के इस कार्य को निरङ्क विक्रय अथवा मन्दीवाला विक्रय (Blank Sale or Bear Sale or Short Sale) कहते हैं। मन्दीवाले आशावादी नहीं, वरन् निराशावादी होते है।

(१६) मन्दीवाला आच्छादन (**Bear Covering**)—जब भविष्य में मूल्य गिरने की आशा के विपरीत बढ़ने लगते हैं तो मन्दड़िया निराश होकर अपनी हानि से बचने के लिये क्रय करना आरम्भ करता है, जिसे मन्दीवाला आच्छादन कहते हैं। इसका साधारण प्रभाव यह होता है कि वस्तु का मूल्य बढ़ जाता है।

(१७) मन्दीवाला घटक (**Bear Factor**)—कोई भी कारण, जिसके परिणामस्वरूप वस्तु का मूल्य गिरने लगे, मन्दीवाला घटक कहलाता है।

(१८) मन्दीवालो की भावना (Bear Sentiments)—जब परिकल्पकों की ऐसी भावना होती है कि वस्तु का मूल्य गिरेगा तो उसे मन्दीवाली भावना कहते हैं।

(१९) मन्दीवालों का लेखा (Bear Accounts)—जब किसी भी अग्रिम विपणि में क्रय से अपेक्षाकृत अधिक व्यवहार होते है तो विपणि की ऐसी स्थिति को अधि-विक्रय-स्थिति (Oversold Position) अथवा मन्दीवाला लेखा कहते है। जब परिकल्पक किसी ऐसी वस्तु का विक्रय करते हुए दिखाई देते है, जो वस्तु न तो उनके पास होती है और न इनकी तब तक खरीदी हुई होती है तो ऐसी परिस्थिति को 'मन्दीवालो का खुला लेखा' (Open or Uncovered Bear Account) कहते हैं। इस खुले लेखे द्वारा यह पता चल जाता है कि वस्तु का मूल्य बढते ही 'मन्दीवालो का आच्छादन' (Bear Covering) शुरू हो जायगा।

(२०) मन्दीवालों का धावा या आन्दोलन (Bear Raid)—जब उपज-विपणि मे अधिविक्रय की स्थिति होती है, अर्थात् वस्तु का विक्रय बहुत अधिक होने लगता है तो उस वस्तु के मूल्य को गिराने के लिये उसके विषय मे नाना प्रकार की अफवाहे या गप्पे उडाई जाती है। ऐसी स्थिति को मन्दीवालो का धावा या मन्दीवालो की चाले (Bear Tactics) कहते है।

(२१) मन्दी वालों का विदोहन (Bear Squeeze)—कभी-कभी मन्दीवाले बाजार म किसी वस्तु की जब अधिक बिक्री करना प्रारम्भ कर देते है तब कुछ व्यक्ति, जिनको यह ज्ञात होता है कि उस वस्तु की विपणि मे अधि-विक्रय-स्थिति है, अग्रिम विक्रय को, जितना हो सके, प्राप्त कर लेते हैं, क्योकि वे जानते हैं कि मन्दी वालो के पास देने को तो कुछ है नही, जिससे आगे चलकर वे अपने वायदे की पूर्ति कर सके, तब वे मन्दीवालो से भुगतान अवधि के पूर्व उसी वस्तु के अधिक मूल्य मांगते है। ऐसी परिस्थिति मे मन्दीवाले अपनी सुरक्षा के हेतु किसी भी मूल्य पर उस वस्तु का क्रय करने को तैयार हो जाते है, अन्यथा भुगतान के समय सकट उपस्थित हो सकता है (क्योकि उनके पास देने को कुछ नही होता)। इस प्रकार जब मन्दीवाले कठिनाई मे पड जाते है तब उस दशा को 'मन्दीवालो का विदोहन' या केवल 'विदोहन' (Squeeze) कहते है।

(२२) सरक्षित तेजी तथा मन्दीवाले (Protected Bull and Bear)—जब अग्रिम व्यवहारो में कोई तेजी-विकल्पधारी मूल्य ऊँचे होते हो उसी मास का अग्रिम विक्रय करता है तो उसे सरक्षित मन्दीवाला (Protected Bear) कहते हैं। ऐसी स्थिति में अगर बाजार भाव गिर जाता है तो वह उसी मास का विकल्प पुनः खरीद कर लाभ कमा लेगा तथा विकल्प को भी रखेगा।

(२३) विकल्प व्यवहार अथवा तेजी मन्दी व्यवहार (Options)—विकल्प व्यवहार (Option Dealings) को भारतीय बाजारो मे 'तेजी-मन्दी-व्यवहार' (Teji-

Mandi-Transactions) कहते हैं। विकल्प एक प्रकार का अधिकार होता है, जिसके द्वारा विकल्पधारी (Option-holder) को (जिसे 'लगाने वाला' कहते हैं) सम्बन्धित वस्तु को निर्धारित समय एवं नियत मूल्य पर खरीदने अथवा बेचने का या दोनों का अधिकार मिल जाता है। जो व्यक्ति विकल्प देता अथवा बेचता है उसे 'विकल्प विक्रेता' कहते हैं। वह अपने विकल्प द्वारा वस्तु खरीदने वाले ग्राहक से वस्तु का मूल्य प्रव्याजियां (Premiums) ले लेता है, जिसे 'विकल्प राशि' (Option Money) कहते हैं। तेजी-मन्दी व्यवहार में लाभ यह होता है कि मूल्य के उतार-चढ़ाव से विकल्प में धन लगाने वाले को लाभ की सम्भावना रहती है, किन्तु उनकी हानि की राशि विकल्प राशि तक ही सीमित रहती है।

उपर्युक्त परिभाषा से यह स्पष्ट है कि विकल्प या तेजी-मन्दी के व्यवहार तीन प्रकार के होते हैं —

(अ) तेजी-व्यवहार या क्रय-विकल्प,

(आ) मन्दी-व्यवहार या विक्रय-विकल्प,

(इ) तेजी-मन्दी-व्यवहार या क्रय-विक्रय-विकल्प।

इन तीनों प्रकार के विकल्पों में जो व्यक्ति विकल्प खरीदता है उसे 'नजराना लगाने वाला' जो व्यक्ति विकल्प बेचता है उसे 'नजराना खाने वाला' तथा इस विकल्प को खरीदने के लिये जो विकल्प प्रव्याजि देनी पड़ती है उसे 'नजराना' कहते हैं। प्रथम श्रेणी के विकल्प को 'तेजी लगाना' दूसरी श्रेणी के विकल्प को 'मन्दी लगाना' और तृतीय श्रेणी की विकल्प को 'नजराना लगाना' कहते हैं। विक्रय के मूल्य को 'तेजी-मन्दी या नजराना दर' कहते है।

(२४) तीव्र-विकल्प (Gale Option)—जब कोई भी परिकल्पक प्रचलित मूल्यों से अधिक मूल्य पर खरीदने के लिये अथवा प्रचलित मूल्यों से कम मूल्य पर बेचने के लिए विकल्प खरीदता है तो ऐसे विकल्प को 'तीव्र' अथवा 'वात-विकल्प' कहते हैं।

(२५) बकट शॉप (Bucket Shops)—जैसा हम ऊपर संकेत कर चुके हैं, उपज विपणियों में सदस्यों के अतिरिक्त अन्य व्यक्ति भी सदस्यों के माध्यम से व्यवहार कर सकते हैं, जिसके लिये सदस्यगण व्यवहार करने वालों से कमीशन लेते हैं। अन्य व्यक्तियों को विपणि का नियत शुल्क भी सदस्यों को देना पड़ता है। विपणि के नियमानुसार उनसे निक्षेप-मुद्रा भी ली जाती है। जिस स्थान पर ये अन्य व्यक्ति व्यवहार करते हैं, उसे (Bucket Shops) कहते हैं।

(२६) सट्टा करना (Straddling)—उपज-विनिमय विपणि पर विभिन्न वस्तुओं के मूल्यों के अन्तर में व्यवहार करना ही परिकल्पना की एक पद्धति है। भविष्य की दो अलग-अलग तिथियों के लिए जो व्यवहार किये जाते हैं, उनके मूल्यों में कुछ अन्तर रहता है। यदि बाजार का भाव ऊपर को चढ़ता है तो बाद की तिथि

के भाव पूर्व-तिथि से कुछ अधिक होंगे और यदि बाजार-भाव नीचे गिरता है तो बाद की तिथि के भाव भी कम होंगे। जब सट्टा करने वाला व्यापारी यह समझता है कि भाव का अन्तर साधारण से अधिक है तथा भविष्य में यह अन्तर न रहेगा तो वह एक तिथि को खरीद कर दूसरी तिथि को बेच देता है। यदि उसके अनुमानानुसार दोनों भावों का अन्तर कम हो जाता है तो उसे लाभ होता है और यदि अन्तर अधिक बढ़ जाता है तो हानि होती है। मूल्यों में जो अन्तर होता है, उसे 'सट्टा-प्रव्याजि अथवा 'डिस्काउण्ट' (Satta Premium or Discount) कहते हैं तथा इस प्रकार व्यवहार करने की क्रिया को 'सट्टा करना' (Straddling) एवं सट्टा करने वाले व्यक्ति को 'सटोरिया' (Straddler or Spreader) कहते है।

(२७) सुरक्षा करना (**Hedging**)—अंग्रेजी भाषा में (Hedging) शब्द का अर्थ आड़ लगाना (Fencing) करना होता है, अर्थात् जिस प्रकार कांटेदार झाड़ियों की आड़ लगाकर वाटिका का मालिक अपने बगीचे की रक्षा करता है, उसी प्रकार एक व्यापारी भी एक सौदे से होने वाली सम्भावित हानि से बचने के लिये दूसरा सौदा करता है, अर्थात् यदि उसने एक सौदा किसी वस्तु की खरीद का किया है तो दूसरा उसका उलटा उतनी ही मात्रा में विक्रय का सौदा करके और यदि एक विक्रय का सौदा है तो दूसरा क्रय का सौदा करके सम्भावित हानि से अपनी रक्षा करता है। उपज-विपणियों में होने वाले अधिकांश अग्रिम व्यवहारों का मूल उद्देश्य 'सुरक्षा करना' ही होता है। यह एक प्रकार का बीमा है, जिसका उपयोग भावी खतरों से बचने के लिये किया जाता है। इससे कृषक, उत्पादक तथा व्यापारीगण सभी को लाभ होता है।

(२८) सट्टे परिवर्तित करना (**Switching Over**)—एक स्थिति में से दूसरी स्थिति में बदलना (उदाहरणार्थ, जेठ के अनुबन्ध को भादों में परिवर्तित करने को) 'सट्टा परिवर्तित' करना कहलाता है।

(२९) एकत्रीकरण (**Cornering**)—जब अधिकांश तेजीवाले व्यापारी किसी विशेष वस्तु की पूर्ति करने के लिए किसी बाजार में वहाँ आई हुई उस वस्तु की सारी संख्या को अपने यहाँ एकत्रित करने का प्रयत्न करते हैं तो उनकी यह क्रिया एकत्रीकरण (Cornering of the Commodity) कहलाती है।

(३०) निर्णय करना (**Settlement**)—जब तेजीवाला व्यापारी अपनी खरीदी हुई वस्तु को बेच देता है और जब एक मन्दीवाला व्यापारी अपनी बेची हुई वस्तु को पुनः खरीदता है तो इसे *'निर्णय करना'* कहते हैं।

(३१) व्यापार की गति (**Volume of Trading**)—विपणि में व्यापार की गति सदैव एक सी नहीं रहती। व्यापार कभी तीव्र, कभी साधारण, कभी रुका हुआ, कभी कम, कभी सुस्त, कभी सीमित, कभी मन्दा, कभी स्थिर, कभी कम परिमाण वाला और कभी अधिक परिमाण वाला आदि नामों से पुकारा जाता है। इन विभिन्न गतियों के अनुसार ही बाजार को कभी तेज या तीव्र, कभी शान्त या

मन्दा, कभी रुचिकर और कभी अरुचिकर, कभी आकारहीन, कभी रंगहीन, कभी घटनापूर्ण, कभी घटना-रहित, कभी चढ़ा हुआ और कभी गिरा हुआ आदि विशिष्ट वाक्यों में सम्बोधित करते हैं।

(३२) मूल्य (**Price**)—वस्तु के विक्रेता द्वारा दी जाने वाली कीमत को मूल्य कहते हैं, क्योंकि वही वास्तविक मूल्य होता है, जिस पर विक्रेता का लाभ-हानि निर्भर करता है। 'ऊँचे मूल्य' के पर्यायवाची है 'उन्नति-मूल्य' (Peak Price) या 'बाजार की सर्वोच्च दशा' (Ceiling of Market) इसी प्रकार 'कम-मूल्य' को 'निम्नातर-मूल्य (Rock Bottom Price) भी कहते हैं। 'इस मूल्य पर विक्रेता समाप्त' (With Sellers Over) वाक्य का यह अर्थ होता है कि बाजार गिर रहा है और किसी विशेष मूल्य पर क्रेताओं की अपेक्षा विक्रेता अधिक है। इसी प्रकार 'इस मूल्य पर क्रेता समाप्त (With Buyers Over) का आशय है कि भाव बढ़ रहा है एवं बाजार में विक्रेताओं की अपेक्षा क्रेता अधिक है।

(३३) प्रतिक्रिया (**Reaction**)—इसका तात्पर्य है 'विपरीत दशा में चलना' (Movement in the opposite direction)। जब किसी वस्तु का मूल्य बढ़ता है तो वह निरन्तर बढ़ता ही नहीं जाता, वरन् एक सीमा के बाद मूल्य गिरने भी लगता है। इस चरम सीमा के बाद मूल्यों में गिरावट होने की गति को ही 'प्रतिक्रिया' कहते हैं। इसी प्रकार गिरते हुए बाजार में भी मूल्य सम्बन्धी प्रतिक्रिया हो सकती है।

अभ्यास के प्रश्न

(१) उपज विनिमय विपणि से आपका क्या आशय है? ऐसी विपणियों में व्यवहार में आने वाली वस्तुओं में क्या गुण होना चाहिए?

(२) उपज विनिमय विपणियों के कामों की व्याख्या कीजिये तथा यह भी बतलाइये कि इसका प्रबन्ध किस प्रकार होता है?

(३) उपज विपणि में व्यवहार कैसे किया जाता है? अच्छी तरह समझाइये।

(४) निम्न शब्दों का अर्थ बतलाइये तथा उन्हें अपने वाक्यों में प्रयोग भी कीजिये —

(i) भावी व्यवहार, (ii) परिकल्पना, (iii) तेजीवाला, (iv) तेजीवाले का धावा, (v) तेजीवालों का लेखा, (vi) तेजीवाला घटक, (vii) तेजीवालों का विस्फोट, (viii) तेजीवालों का समापन, (ix) मन्दीवाला आच्छादन, (x) मन्दीवालों का लेखा, (xi) मन्दीवालों का विदोहन, (xii) तेजी-मन्दी व्यवहार, (xiii) तीव्र विकल्प, (xiv) वकट द्वार (xv) सट्टा करना, (xvi) सुरक्षा करना, (xvii) सट्टे परिवर्तित करना, (xviii) एकत्रीकरण।

———

१६.

वस्तु विपणियों से सम्बन्धित वाक्यांश व समाचार एवं उनका स्पष्टीकरण

उदाहरण (१)

दिल्ली, २४ जून १९६१। आज स्थानीय अनाज मार्केट में मजबूती की धारणा रही है। बाहर से उत्साहवर्द्धक पूछताछ होने तथा सप्लाई स्थिति कमजोर होने के कारण चना तथा बाजरा ३७ न० पै० व ५० न० पै० प्रति मन बढ़ गया। ज्वार और उर्द भी ऊंचे बोले गये। जबकि मोंट ७५ न० पै० प्रति मन सुधर गई।

आवक सीमित होने के साथ चीनी में कोई पूछताछ न थी।

उत्तर-प्रदेश से तेजी के समाचार आने के कारण सरसों बढ़िया क्वालिटी ५० न० पै० प्रति मन चढ़ गई और इसका तेल पक्की घानी १) बढ़कर ६५) और ६६) प्रति मन हो गया। तेल मूंगफली में १) की नवीन तेजी आई और भाव ६९) और ७० ५० रु० प्रति मन हो गया। तेल तिल जो कि कल ७७) था, ७८) प्रति मन हो गया।

कोचीन के तेजी के समाचारों से काली मिर्च ५) प्रति मन और चढ़कर २६५) हो गई।

आवक —चीनी १८ ट्रक, तेल मूंगफली २ वैगन।

प्रश्न

(१) उपरोक्त के लिये एक उपयुक्त शीर्षक दीजिये।

(२) काले भागों को सरल शब्दों में समझाइये।

शीर्षक —

चाय, बाजरा, ज्वार, उरद व मोंट में तेजी तिलहन तेलों में सुर्खी

काले शब्दों का अर्थ—

(१) मजबूती की धारणा—मजबूती की धारणा से यहां आशय बढ़ी हुई कीमतों से है। जब कभी यह आशा की जाती है कि भविष्य में मूल्यों में वृद्धि होगी,

तो बाजार मे ऐसी आशा को वृद्धि या मजबूती की धारणा कहते हैं ।

(२) उत्साहवर्द्धक पूँछ-तांछ—उत्साहवर्द्धक पूँछ-तांछ से तात्पर्य वस्तु की अधिक माग से है ।

(३) सप्लाई स्थिति कमजोर—जब किसी वस्तु की मांग तो अधिक होती है, परन्तु उसकी पूर्ति (Supply) कम होती है, तो ऐसी स्थिति को दुर्बल या कमजोर स्थिति कहते हैं ।

(४) ऊँचे बोले गये—ऊँचे बोले जाने से आशय वस्तु के मूल्य म वृद्धि से है । जब किसी वस्तु की मांग अधिक होती है और उसकी पूर्ति कम होती है तो ऐसी स्थिति मे वस्तुओं के मूल्य प्राय ऊँचे लगते हैं ।

(५) सुधर गई—जब कभी गिरी हुई कीमतो के बाद बाजार मे भावों मे वृद्धि होने लगती हैं, तो ऐसा कहा जाता है कि भावो मे सुधार हो गया है ।

(६) आवक—विक्रय के हेतु बाजार मे आये हुये सामान को आवक कहते हैं ।

(७) तेजी के समाचार—जिस समाचार, घटना अथवा अफवाह से बाजार मे वस्तुओं का मूल्य बढ जाय, तो ऐसे समाचार को तेजी के समाचार कहते हैं ।

(८) चढ़कर—यह शब्द वस्तुओं के मूल्य मे वृद्धि का सूचक हैं ।

उदाहरण २

हापुड, १२ अगस्त । **मदड़ियों की पटान के कारण सराफा वायदा आज भी मजबूत रहा** । भारतीय लोकसभा ने मृत्यु कर विधेयक के प्रस्तुत किये जाने से **बाजार का नेतृत्व अपने हाथ मे ले लिया** ।

चाँदी वायदा मजबूती के साथ खुला और मदड़ियो की पटान के कारण उसने अपनी प्रगति की, लेकिन बाद म कलकत्ते के **सटोरियों की बिकवाली और तैयार** माल की कुछ बिक्री के कारण उसमे मामूली गिरावट आ गई । अधिक आमद भी बन्द होते समय कमजोरी का एक कारण था । बाजार पहले के मुकाबिले अच्छी स्थिति मे बन्द हुआ, लेकिन वह दिन के सर्वोत्तम स्तर पर बन्द नहीं हुआ ।

मदड़ियो की पटान के कारण चाँदी के मुकाबले सोना-वर्ग मजबूत रहा । मृत्यु-कर विधेयक के पेश किये जाने ने **भाव पर प्रभाव डाला** ।

प्रश्न

(१) काले शब्दों की अत्यन्त सरल हिन्दी मे समझाइये ।

(२) मृत्यु-कर विधेयक के प्रस्तुत किए जाने से सोने के भावो मे वृद्धि के कारणों पर प्रकाश डालिये ।

(३) चाँदी मे साधारण गिरावट क्यों हुई, समझा कर लिखिये ।

काले शब्दों के अर्थ :

(१) मंदड़ियों की पटान के कारण सराफा बाजार आज भी मजबूत रहा—जिन व्यापारियों ने भविष्य में मन्दी या गिरावट के डर से सोना-चाँदी बेचने का वायदा किया था, उन्होंने इन पदार्थों के मूल्य में थोड़ी भी तेजी आ जाने पर सोना-चाँदी खरीदना शुरू कर दिया, जिससे कि उनका घाटा पूरा हो सके। इन लोगों की खरीद के साथ साथ मूल्यों में और भी वृद्धि होना शुरू हो गई।

(२) मृत्यु-कर—मृत्यु-कर से तात्पर्य उस कर का है जो कि उस माल अथवा सम्पत्ति पर लगता है, जिसे मरने वाला अपने पीछे छोड़ जाता है। निर्धन व्यक्तियों की मृत्यु की दशा में मृतक की सम्पत्ति पर किसी भी प्रकार का कर नहीं लगता। यदि किसी की सम्पत्ति १,००,००० रु० से अधिक मूल्य की है, तो मृतक के उत्तराधिकारियों को मृत्यु कर देना पड़ेगा।

(३) बाजार का नेतृत्व—बाजार का नेतृत्व करने से यहाँ आशय बढ़े हुए मूल्यों से है। जब किसी वस्तु के मूल्य में वृद्धि हो जाती है, तो बाजार में वह आम चर्चा का विषय बन जाती है। वस्तु मुख्यतः व्यापारियों का बड़ा हित या अनहित करती है, अतः उसकी बड़ी चहल-पहल रहती है। इसी को बाजार का नेतृत्व कहते हैं, क्योंकि उस वस्तु की सहानुभूति से अन्य वस्तुओं के भावों पर भी प्रभाव पड़ता है।

(४) सटोरियों की बिकवाली—सटोरिया शब्द से आशय उस व्यापारी का है जो वायदे के सौदे करके केवल भावों के उतार-चढ़ाव से लाभ प्राप्त करते हैं। ये लोग वास्तविक क्रय-विक्रय करने वाले नहीं होते। जब कोई सटोरिया भविष्य में किसी वस्तु के मूल्य में गिरावट की आशंका करता है, तो वह उस माल को पहले ही बेचने का वायदा करता है। इसी को 'सटोरिये की बिकवाली' कहते हैं।

(५) भाव पर प्रभाव डाले—जिस समय मृत्यु कर (Death Duties) सम्बन्धी बिल पेश किया गया उस समय सोने की कीमतें बहुत चढ़ी हुई थीं। इस बिल के परिणामस्वरूप कीमतों में और भी वृद्धि हो गई।

प्रश्न २ का उत्तर

मृत्यु कर बिल का सोने के भावों पर प्रभाव

मृत्यु-कर बिल का सोने के भावों पर बड़ा गम्भीर प्रभाव पड़ा। मृत्यु-कर से तात्पर्य उस कर का है जो कि मृतक की सम्पत्ति पर लगाया जाता है। यह मृतक के उत्तराधिकारी को चुकाना पड़ता है। यदि वह सम्पत्ति अथवा धन ऐसा है जिसको चुकाया नहीं जा सकता, तो उत्तराधिकारी कभी भी मृत्यु कर देने से नहीं बच सकता। परन्तु यदि कोई व्यक्ति अपनी सम्पत्ति अथवा धन को सोने के रूप में रखे तो कर-अधिकारी उसका पता आसानी से नहीं लगा सकते, क्योंकि सोना अत्यन्त छोटा, किन्तु बहुमूल्य पदार्थ होता है और इसे बड़ी आसानी से कहीं भी छिपाया जा सकता है। जब मृत्यु-कर सम्बन्धी बिल पेश किया गया, तो समस्त जनता में बड़ी सनसनी पैदा

हो गई। मृत्यु-कर से बचने के लिए लोग अधिक से अधिक सोना खरीदने लगे, इसलिये सोने की मांग मे वृद्धि हो गई। जब सोने (Gold) की मांग बढ़ी, तो मांग व पूर्ति के सिद्धान्तानुसार, उसके मूल्य मे भी वृद्धि हो गई।

प्रश्न ३ का उत्तर

चाँदी मे गिरावट के कारण

चाँदी में साधारण गिरावट के प्रमुख कारण निम्न थे —

(अ) सटोरियो द्वारा बिकवाली, (ब) निर्मित माल की कुछ बिक्री, (स) बाजार मे चाँदी की अधिक आमद।

उदाहरण ३

बम्बई, १६ सितम्बर। प्रारम्भिक **कमजोरी** के बाद चाँदी वायदे मे **सुधार** हुआ और **मन्दड़ियों** की **पटान** के फलस्वरूप वह स्थिर रुख के साथ बन्द हुई। प्रारम्भिक कमजोरी का कारण यह खबर थी कि एक प्रमुख सटोरिया बडे पैमाने पर डिलीवरी देगा। इस खबर के फलस्वरूप अधिक स्टाक वालो ने **कटान** की। सोने वायदे का रुख चाँदी की सहानुभूति मे रहा। चोरी से लाये गये सोने की नई आमद के फलस्वरूप **भावना** पर प्रतिकूल प्रभाव पडा। सोने की आमद तथा खपत क्रमश ५,००० तोले और ३,००० तोले की रही। आज **औसत** डिलीवरी सौदे प्रारम्भ हो गये। चाँदी मे **बदले** की **दर** मडियो के पक्ष मे ६ आने रही।

प्रश्न

(१) चाँदी मे कमजोरी के कारणो का उल्लेख करते हुए सोने पर उसका प्रभाव बतलाइये।

(२) काले शब्दो को सरल हिन्दी मे समझाइये।

प्रश्न १ का उत्तर

चाँदी मे कमजोरी का सोने पर प्रभाव

आलोच्य सप्ताह के शुरू मे व्यापारियो के बीच अफवाह उड गई कि एक ख्याति प्राप्त सटोरिया बहुत बडी मात्रा मे माल को बेचने की तैयारी कर रहा है। ऐसी स्थिति मे चाँदी के मूल्य मे कमी आ जाना स्वाभाविक था। चाँदी के मूल्यो मे कमी हो जाने से सहानुभूति स्वरूप सोने के मूल्यो मे भी कुछ गिरावट आ गई।

काले शब्दों के अर्थ

(१) **कमजोरी**—कमजोरी शब्द से यहाँ आशय चाँदी के गिरते हुए भाव से है।

(२) सुधार हुआ—जब किसी वस्तु की गिरी हुई कीमतो के बाद बाजार मे मूल्य-ऊँचा होने लगता है तो कहा जाता है कि मूल्यो मे सुधार हुआ।

(३) मन्दडियों की पटान—जो व्यापारी भविष्य मे मूल्यो के गिरावट का अनुमान लगाते हैं, वे पहले से ही एक निश्चित भाव पर माल बेचने का वायदा कर देते हैं, जिससे कि गिरते हुए मूल्यों से उन्हे हानि न हो। उनका यह विश्वास होता है कि भविष्य मे बेची हुई वस्तु का मूल्य गिर जायगा, अत उस समय कम मूल्य मे उसे खरीद कर निश्चित भाव पर बेच दिया जायगा। इस प्रकार उनको लाभ होगा। इस विचारधारा के व्यापारियो को मन्दडिया (Bears) कहते हैं, क्योंकि वे भविष्य मे मन्दी का अनुमान लगाते हैं।

कभी-कभी मन्दडियो की आशा निराशा मे परिणित हो जाती है, भाव गिरने की अपेक्षा ऊँचे होने लगते हैं और इससे मन्दडियो को हानि होती है। जब भाव मे लगातार वृद्धि होने लगती है, तो आगामी हानि से बचने के लिए मन्दडिये शीघ्र ही जिस माल को बेचने का वायदा करते हैं, उसी को खरीदने लगते हैं। इस प्रकार उन दुर्भाग्यशाली मन्दडियो द्वारा की हुई खरीद को मन्दडियो की पटान कहते हैं।

(४) कटान की—जब किसी वस्तु के मूल्य मे इतनी अधिक वृद्धि हो जाती है कि तेजडिया यह समझने लगता है कि इससे अधिक वृद्धि नही होगी, तो वह मूल्य-वृद्धि से लाभ उठाने के लिए अपने पास रखे हुए स्टाक को बेचना शुरू कर देता है। तेजडियो द्वारा बढी हुई कीमतो पर इस प्रकार की बिक्री को ही कटान कहते हैं।

(५) भावना पर प्रतिकूल प्रभाव पडा—जब बाजार के रुख पर किसी घटना का विपरीत प्रभाव पडने लगता है, तो उसे 'भावना पर प्रतिकूल प्रभाव' कहते हैं। उपर्युक्त अवतरण मे दी हुई सूचना के अनुसार सोने (Gold) का रुख मजबूत था, परन्तु सोने की नई आमद के कारण इस रुख मे परिवर्तन हो गया और मूल्य गिरने लगे। इसी कारण सोने की भावना पर प्रतिकूल प्रभाव पडा।

(६) आमद—आमद से आशय माल की उस मात्रा से है जो बिक्री के लिए बाजार मे उपस्थित हो।

(७) खपत—किसी वस्तु की मांग या बिक्री को खपत कहते हैं।

(८) आसोज डिलीवरी—सट्टे बाजारो मे अधिकाशत वायदे के ही सौदे होते हैं। इनकी पूर्ति किसी भावी तिथि पर होती है। उदाहरण के लिए, एक तेजडिये ने मन्दडिये से १०० तोले चांदी १५० रु० के भाव पर २ महीने बाद अर्थात् आसोज मे खरीदने का वायदा किया। इसका मतलब यह हुआ कि बेचने वाला क्रेता को इस चांदी की डिलीवरी आसोज महीने मे देगा। वे समस्त सौदे जिनकी डिलीवरी आसोज के महीने मे दी जायगी, आसोज डिलीवरी के सौदो के नाम से पुकारे जाते हैं।

(६) **बदले की दर**—जिस महीने के लिए सौदा किया जाता है उस महीने की कौनसी तिथि को सौदा पूरा किया जायगा, यह बाजार के अधिकारी प्रति माह के प्रारम्भ मे निश्चित करते हैं। खरीद का वायदा करने वाले व्यापारी का यह कर्त्तव्य है कि वह खरीदे हुए माल की डिलीवरी लेकर अपना वायदा पूरा करे। कभी-कभी खरीद का वायदा करने वाला मूल्य स्तर गिर जाने के कारण अथवा बेचने का वायदा करने वाला मूल्यो मे वृद्धि के कारण अपने वायदे को पूरा नही कर पाता। ऐसी दशा मे वह दूसरी पार्टी या पक्षकार से यह प्रार्थना करता है कि वायदे के पूर्ण करने की तिथि को किसी आगामी तिथि तक स्थगित कर दिया जाय। तिथि के इस प्रकार स्थगित करने को ही 'बदला' कहते हैं। जो पक्ष इस स्थगित करने के लिए अपनी सहमति देता है, वह उसके लिए कुछ हर्जाना प्राप्त करता है। इस क्षतिपूर्ति अथवा फीस की दर को 'बदले की दर' कहते हैं।

बाजार की रिपोर्ट
(Market Reports)

आजकल लगभग सभी समाचार-पत्रो मे विभिन्न विपणियो के वस्तु मूल्य प्रकाशित किए जाते हैं। प्राय बाजार की रिपोर्ट दैनिक, साप्ताहिक तथा वार्षिक होती है। दैनिक रिपोर्ट संक्षिप्त होती है तथा इससे इस बात का ज्ञान हो जाता है कि बाजार की प्रवृत्ति (Market Tone) किस ओर अधिक रही और क्यो ? साप्ताहिक रिपोर्ट मुख्यत व्यापारिक तथा आर्थिक साप्ताहिको मे एव दैनिक समाचार-पत्रो मे भी प्रकाशित होती है। साप्ताहिक रिपोर्टों मे उस सप्ताह मे व्यवहारो की प्रवृत्ति किस ओर अधिक या कम रही तथा उसके क्या कारण थे एव आगामी सप्ताह म कौनसी प्रवृत्ति कार्य करेगी एव क्यो, इसका भी अनुमान दिया जाता है। मासिक रिपोर्ट मे प्रत्येक माह से सम्बन्धित इसी प्रकार की जानकारी दी जाती है।

वार्षिक रिपोर्टों मे सम्पूर्ण वर्ष की बाजार की झाँकी कराई जाती है। इस रिपोर्ट के अध्ययन से देश की सामाजिक, आर्थिक, औद्योगिक एव राजनैतिक स्थिति का ज्ञान हो सकता है।

भारतवर्ष मे दैनिक एव साप्ताहिक रिपोर्टों को प्रकाशित करने वाले दैनिक पत्रों मे से (The Economic Times, Hindustan Times, Times of India तथा Statesmen प्रसिद्ध हैं एव साप्ताहिक म Commerce, Capital तथा Indian Finance मुख्य हैं। वार्षिक रिपोर्ट Commerce, Capital तथा Indian Finance के वार्षिक अको मे दी जाती है तथा इस प्रकार का वार्षिक विवरण The Annual Market Review शीर्षक पत्रिका मे भी प्रकाशित होता है। हिन्दी के पत्रो मे, जिनमे बाजार-भाव प्रकाशित होते हैं, 'हिन्दुस्तान', 'नवभारत टाइम्स', 'आज', 'विश्वामित्र, आदि प्रमुख हैं।'

कार्यक्षम परिकल्पकों तथा विनियोक्ताओं के लिये इन रिपोर्टों का अध्ययन बहुत महत्व रखता है, क्योंकि इनके अध्ययन से वे वस्तु अथवा प्रतिभूतियों के भावी मूल्यों का अनुमान लगा सकते हैं।

नीचे हम नमूने के कुछ बाजार प्रस्तुत करते हैं :—

(१)

अरण्डी का भविष्य उत्साहजनक

चालू सप्ताह मे बम्बई तिलहन बाजार मे अरण्डी विशेष रूप से मजबूत रही। मन्दड़ियों की पटान और ताजा समर्थन से हाजिर और वायदा दोनो म सुधार आया। सितम्बर सौदा सप्ताहांत के १७३॥) के भाव से बढ़कर १७७ रु० तक पहुँचा, जबकि बुधवार को बन्द भाव १७६।) रहा। हाजिर अरण्डी का भाव प्रति हण्डरवेट लगभग ॥) बढ़ा। अरण्डी के तेल मे प्रति क्वाटर।—) से ॥) तक का सुधार आया।

अरण्डी के तेल का निर्यात-भविष्य अच्छा होने की धारणा से अरण्डी मे यह तेजी आई। बताया जाता है कि पिछले चार-पांच दिनो मे अमरीका की दिलचस्पी काफी बढ़ गई है। इसका पता खरीदारी से चलता है। खरीद्दू जुलाई शिपमेंट के आधार पर व्यापारिक क्वा० के लिए १५.२५ सेंट प्रति पौंड दे रहे हैं। पता चला है कि गत सप्ताह शिपर्स ने लगभग २,००० टन तेल का लदान बुक कर लिया। जहाज अमरीका को शीघ्र रवाना होने वाला है। इसी बीच निर्यातक हाजिर सप्लाई की पटान करने के इच्छुक हैं। इससे बाजार मे मजबूती को बल मिला है।

(२)

बम्बई रुई बाजार

(हमारे रुई सवावदाता द्वारा)

बम्बई, २२ जून। रुई वायदे मे आज भी कारोबार नही हुआ। प्राइवेट मे धारणा मजबूत रही।

शिवरी हाजिर बाजार मे तेजी का वातावरण था।

बुधवार के भाव—

कोसाम्बा एग्मार्क १,१११५, अकोला एल-१४७ १,०५५, मतिजापुर एल-१४७ १,०००, बोदली विजय १,०७१, बरदोली एग्मार्क १०,६१, हाजिर माडली कल्याण ६६०, समी कल्याण ६५३, रनदेजा कल्याण एग्मार्क ६६०, अमरीकन आन सेम्पिल १,०३०, गड मिडलिंग १,२४५।

(३)

दिल्ली बाजार

तेल, तिल तथा काली मिर्च मे और तेजी · जिंस वायदे नरम

दिल्ली, १३ जून। आज स्थानीय मंडियों मे तेल, तिल तथा काली मिर्च मे

और तेजी आना विशेष बात थी। इसके विपरीत चीनी मे प्राय नरमी दिखाई दी। सरसों तथा गुड वायदो मे मुलायमी आई।

तेल तिल के भाव आज लगभग २ रु० प्रति मन ऊँचे बोले जा रहे थे। काली मिर्च मे दिसावरो की खबरो से ५ रु० प्रति मन का लाभ हुआ। तेल मूँगफली की ग्राहकी भी ऊँचे दामो पर थी, परन्तु तेल अरडी की पूछ ताछ कम होने से उसमे मुलायमी आई। बढिया सरसो तथा काले विनौले मे थोडा लाभ था। इसके विपरीत चीनी का स्टॉक अच्छा होने से उसमे विशेष रूप से डी—२९ माल मे नरमी थी। आज आमद लगभग १२ ट्रक माल की थी।

अनाजो मे फार्म गेहूँ, ग्वार तथा चने की खरीदारी निकलने से उनके भावो मे दृढता थी, किन्तु मसूर के भावो मे मामूली हानि थी।

सरसो अगस्त के भाव थोडे ऊँचे खुले। पजाब मे 'अकाली' मोर्चे के फलस्वरूप तैयार माल के भाव नरम होने की खबरों से बाद मे भाव कमजोर हो गया। आगरा के अतिरिक्त पजाब मे सटोरियो ने भी बिक्री की।

गुड वायदा के भाव हापुड के मुलायमी के समाचारो से कमजोर खुले। सीमित घटा-बढी के बाद बम्बई मे वर्षा होने की खबर से अन्त मे भाव मुलायम ही रहे।

१७.

वस्तु विपणियों व मण्डियों के सामाचार

प्रारम्भिक

इस अध्याय मे विद्यार्थियो के हेतु कुछ बाजार समाचार (Market Reports) दिए गए है, और उनमे यह आशा की जाती है कि वे :—

(अ) प्रत्येक समाचार के लिए एक उपयुक्त शीर्षक देंगे। तथा

(ब) रेखांकित शब्दो व वाक्यांशो को सरल से सरल हिन्दी मे समझायेंगे।

(१)

दिल्ली, २१ जून। उत्तर-प्रदेश से मांग अच्छी होने के कारण चना के भाव और मामूली सुधर गये और आज भारी निकासी बतलाई गयी है। स्थानीय मांग अच्छी होने तथा सप्लाई स्थिति कमजोर होने के कारण उर्द तीव्रता से १.५० से २) तेज होकर १८) और २१) प्रति मन हो गया। उर्द दाल भी १) मन ऊँची बोली गई।

मांग अच्छी होने से जौ १२ न० पै० प्रति मन बढ गया। दाल चना भी मजबूत रही।

अच्छी आवक होने के उपरान्त भी चीनी के भावो मे कोई परिवर्तन न था। बाहर के उत्साहवर्द्धक समाचारों से तथा स्थानीय मांग अच्छी होने के कारण बिनौले का भाव ५० नये पैसे प्रति मन तेज हो गया। वायदा विभाग की सहानुभूति मे सरसो मामूली तेज रही। तेल सरसो पक्की घानी ५० नये पैसे प्रति मन चढ गया। पडोसी प्रान्तो से मांग अच्छी होने के कारण किशमिश (१.१) ५) प्रति मन सुधर गई।

वायदा के प्रबंध सौदो पर सरकार द्वारा कडा कदम उठाये जाने के कारण लाल मिर्च का भाव १०) प्रति मन गिरकर २५०) रह गया।

(२)

दिल्ली, २६ जून। आलोच्य सप्ताह मे स्थानीय मंडियो मे प्राय तेजी का रुख रहा। सराफ तथा शेयर बाजार मे मिली जुली धारणा थी।

अनाजो मे विशेष रूप से खरीफ की फसल के मोटे अनाजो मे अच्छी तेजी आई। इसके विपरीत बढ़िया चावलो मे और कमजोरी आई। तेल तथा तिलहनो मे तेजी थी। इसके अतिरिक्त सरसो अगस्त मे भी उल्लेखनीय वृद्धि हुई। गुड वायदो में मजबूती थी, किन्तु चीनी के भाव स्थिर रहे।

गल्ले मे फार्म गेहूँ की आमद की तुलना मे उठाव अधिक होने से उसमे थोडी मजबूती आकर अन्त मे भाव रु० १६ ५० प्रति मन रहे, किन्तु दडा तथा शरबती गेहूँ की आमद व खपत बराबर होने मे उनके भावो मे स्थिरता रही। खपत वाले क्षेत्रो मे चने की लगातार माँग आने से यहाँ भी खरीदारी अधिक थी। सप्लाई कम होने तथा बिकवाल पीछे हटने से उसमे ७५ नये पैसो की बढ़ोतरी होकर अन्त मे भाव रु० १४ ५० से रु० १५ पर थे। चने मे तेजी आने से जो की माँग भी अच्छी थी। इससे उसमे थोडी मजबूती आई। बाबलो चने की आमद कम थी। इसके अतिरिक्त खपत वाले क्षेत्रो की माँग निकलने से उठाव अच्छा था, जिससे उसमे ५० नए पैसो की मजबूती आई थी, सप्ताहान्त मे भाव मामूली नरम होकर अन्त मे रु० १५ से रु० १६ पर रहे। सेला तथा बएड बासमती चावल की आमद अच्छी होने तथा माँग कम होने से उनमे रु० १ से रु० २ की मन्दी आकर सप्ताहान्त मे सेला बासमती रु० ३० से रु० ३५ तथा बएड माल के भाव रु० ३८ प्रति मन रहे, मोटे चावलो की माँग अच्छी होने से उनमे थोडी दृढता रही।

(३)

दिल्ली, १७ जून। आज स्थानीय मण्डियो मे लाल मिर्च तथा आवजोश मे तेजी की प्रवृत्ति थी। तेलो मे तेजी जारी रही, परन्तु गोले के भाव सस्ते बोले जा रहे थे। सरसो वायदे मे तेजी का दौर रहा। कारोबार अच्छा हुआ।

किराने मे लाल मिर्च की माँग अच्छी बनी रहने और स्टाक कम होने से उसके भाव लगभग रु० ५ प्रति मन और बढ गये। आवजोश मे बाहर के समाचारो से मजबूती आई। इसके विपरीत पोस्त दाना तथा गोले की पूछताछ कम होने से उनकी बिक्री कुछ सस्ते भावो पर हो रही थी।

अन्य मण्डियो मे जौ मे दृढता थी, किन्तु मसूर तथा मोठ मे मुलायमी रही। मूँगफली की ग्राहकी अच्छी थी, जिससे उसके भाव लगभग ५० नये पैसे प्रति मन और ऊँचे हुए।

सरसो अगस्त के भाव खुलते ही खासे ऊचे थे। इसके बाद मन्डियों की भारी पटान तथा नरेला के सटोरियो की खरीदारी से उनमे और तेजी आई। बाद मे बम्बई से नरमी की खबरों के आधार पर सटोरियो ने बिक्री की, जिससे भाव थोड़े नरम हुए। इसके बावजूद कल की अपेक्षा भाव तेज ही थे।

गुड वायदो के भाव भी ऊँचे खुल कर हापुड के सटोरियो की खरीदारी से और बढ़े, परन्तु सरसो की देखादेखी बाद मे उनमे भी मुलायमी आई।

(४)

कलकत्ता, २२ जून । एक प्रमुख कारोबारी द्वारा १० से १५ हजार गाठ बी० ट्विल की खरीदारी किए जाने और चीन मे नई युद्धताद की अफवाह से शुरू के कारोबार मे पटसन के सामान मे मजबूती रही । बन्द होते समय वायदा बाजार मे कुछ सट्टा बिक्री के कारण कुछ गिरावट आ गई । टाट तैयार रु० ४५·५० और बी० ट्विल रु० १५१ ३५ पर बन्द हुई । जुलाइ सितम्बर टाट का रु० ४७ पर कारोबार हुआ ।

(५)

बम्बई, २३ जून । तिलहन वायदे आमतौर पर स्थिर रहे । दिन के अधिकाश भाग मे मूंगफली वायदो मे सीमित घट-बढ़ गई । लेकिन बन्द होते समय उत्तर भारत और विशेषत सौराष्ट्र की ऊँची खबरो के कारण मजबूती आ गई । अरण्डी वायदा कुछ नीचा रहा, लेकिन रुख पूर्णत स्थिर रहा । सितम्बर और सितम्बर-अक्टूबर डिलीवरी के लिए सी० एण्ड एफ० न्यूयार्क के लिए ब्राजील १६॥ और १६ सेन्ट के भाव पर विक्रेता था, अत स्थानीय बजट मे अरण्डी वायदे के भाव शुरू मे गिर गये । बाद से मन्दडियों की पटान के कारण हानि का अधिकाश भाग खत्म हो गया । अलसी स्थिर रही । निजी कारोबार मे रुई बाजार की ऊँची खबरो के कारण बिनौला मजबूत रहा । अरण्डी मे ८,००० खण्डी का कारोबार हुआ । रुख स्थिर रहा । अरण्डी सितम्बर रु० १७६ ३७ से १७६ ५० के इर्द-गिर्द खुली और रु० १७५ ८५ पर बन्द हुई । मूंगफली अगस्त रु० २१५ ७५ पर फिर खुली और रु० २१६ ७५ पर बन्द हुई । अलसी और बिनौला वायदे क्रमश रु० ३४ ०६ और रु० १६० पर कायम रहे ।

(६)

बम्बई, २६ जून । गत सप्ताह स्थानीय सराफे मे मिश्रित रुख दिखाई दिया । आलोच्य सप्ताह मे चाँदी मे तेजी रही, किन्तु सोने में पूरे सप्ताह नरमी बनी रही ।

बम्बई, कलकत्ता और अन्य केन्द्रो मे कुछ प्रमुख तेजडियों के जोर के कारण चाँदी मे मजबूत रुख था । भारी आमद के बावजूद तेजडिए वायदों में तेजी लाने मे मे सफल हो गए । चाँदी के भावो मे तेजी लाने और ऊँची से ऊँची बदली लेकर मदडियों को बाहर ढकेलने के लिए कलकत्ता मे तेजडियो ने एक सिंडीकेट की स्थापना की है । पूर्व सप्ताह की तुलना मे आलोच्य सप्ताह मे चाँदी प्रति किलो रु० ५० की तेजी आई । सोना यद्यपि चाँदी की सहानुभूति मे बाद मे कुछ सुधरा, किन्तु सप्ताह मे नीचा बन्द हुआ ।

MARKET REPORT

CHAPTER 18

COMMODITY MARKETS

(EXPLANATION OF TERMS, PHRASES & REPORTS)

Important Commodity Markets

India's principal commodity markets are —Jute Market of Calcutta, Cotton Market of Bombay, Cotton Cloth Markets of Calcutta, Bombay, Kanpur, Amritsar, Wheat Markets of Hapur and Chandausi, Hides and Skin Markets of Madras and Kanpur, Sugar Markets of Calcutta, Kanpur, Merath and Muzaffarnagar etc

(I) TERMINOLOGY

1 **Ready and Forward Business** The business transacted in a Commodity market can be subdivided into two groups— (a) Ready business and (b) Forward business

(a) **Ready Business** Purchase sale of goods for ready or spot delivery is known as 'Ready business' It is also known as 'Trading in Actuals' In case of ready business, the goods are delivered immediately at the time of entering into the contract The payment may be made either at the time of taking the delivery or afterwards

(b) **Forward Business** Contracts for forward delivery are technically termed as 'Futures' In the case of future business, the terms of the contract for the sale of goods are settled at hand but the delivery of the goods is made at a future date agreed upon by the buyer and seller Forward transactions are also referred to as 'Future Contracts' or 'Future Positions' For example, it may be said that a particular speculator has purchased or sold so much of June Future or June Contract or June Position When two or more futures of the same commodity are running at the same time in the same market, they may be differentiated by the names of the delivery months

2. **Speculation** The term 'speculation' is derived from the Latin word 'Speculare' meaning 'to look at from afar' Therefore, it means the guessing of future events and occurrences Speculation takes place only in the case of futures In relation to market transactions, the term speculation stands for the buying or selling of commodities or securities at one time with an object of making profit by selling or buying at another time usually in the same market It involves the making of profit from the difference between the present and future prices of the goods the speculator buys or sells

Speculation and Gambling distinguished There is difference between Speculation and Gambling. Gambling is illegiti-

mate speculation ('Satta'), signifying in the main operations undertaken blindly and ignorantly by speculators in the hope that they will reap rich rewards therefrom Such transactions include deliberate manipulation of the market The risk of loss is considerable and some times the whole of the invested capital may disappear On the other hand, legitimate speculation tends to smooth out fluctuations in price (gambling serves only to accentuate these price fluctuations) Speculation begins where foresight enters and gambling begins where foresight ends

Types of Speculation Speculation may be 'Rash' 'Hectic' 'Wild' 'Frenzied' or 'Unbridled' These terms are usually used when there is too much speculation in any commodity

Types of Speculators. Any body who deals in speculation is known as a 'Speculator' Speculators may be (a) professionals and (b) Amateurs

A professional speculator is one who devotes his entire time and attention to the business of speculation and who very carefully studies all the available information on the subject On the other hand an Amateur speculator is one who does speculation as a side job Mostly he does not possess any information about the commodity in which he deals

Speculators may further be subdivided into Bulls, Bears and Stags

3 **Bulls** Bulls are those speculators who buy stocks or share in the expectation of rise in their price They purchase goods or securities which they do not want, in the hope that they will be able to sell them at higher prices before they come into their possession, pocketing the difference They are infact optimists, they believe that the price will rise Bulls are known by different names in the market, namely, 'Bull', 'A long', or a Bull Operator

4 **To Go Long** When a specular acts as a bull, this phrase is commonly used "The long ride of the Market' is another phrase commonly employed, which also means acting as a bull

5 **Stale Bull** When the forecast of the bull goes wrong and the prices fall instead of rising irrespective of his efforts to increase prices, he is called a 'Stale Bull'' 'Tired Bull', 'Disappointed Bull' or 'A Disgrunted Bull'

6 **Staunch Bull** When a speculator always acts as a bull and never as a bear, he is known as a 'Stauch Bull' or a 'Thorough Bread Bull'

7 **Bull Support** The term 'support' signifies 'purchases' Hence 'purchases made by bulls' 'Bulls activity' is another phrase conveying the same sense.

8 **Bull Factor** Any factor which is likely to raise the price of a commodity is known as a bull or bullish factor

9 **Bullish Tendency** When the market becomes dearer and prices go on rising, such tendencies prevailing in the market are expressed by the phrase 'Bullish Tendency'

10 **Bullish Outburst** Heavy purchases made by bulls in a rising market are referred to as "Bullish Outburst '

11 **Bullish Sentiments** When the speculators feel that the prices will go up in the market such a sentiment is expressed by the phrase 'Bullish Sentiment '

12 **Bull Account.** When the speculative purchases of a certain commodity are more than the speculative sales, there is said to be a bull account or 'An Overbought Position' in that commodity

13 **Uncovered Account** When bulls have made purchases for which they have neither paid nor taken the delivery of the goods there is said to exist an 'Uncovered Account' in the market

14 **Bull Liquidation or Bull Unloading** A bull speculator always purchases in the hope that the prices will rise in future , but if his forecast goes wrong and prices do not rise, he is compelled to sell his stock at a loss to settle his account before the settlement day Sale under such circumstances is known as "Bull Liquidation' or 'Unloading by Bulls '

15 **Bull Campaign** When contrary to the expectation of the bulls the prices go down instead of rising, they try to infuence movement of prices by artificial means They circulate in the market bullish news Such tactics on the part of the bulls are known as 'Bull Campaign', 'Bull Rigging the Market '

16. **Trapped Bulls** Bulls are mostly of optimistic sentiments Sometimes they make heavy purchases in the hope that prices will rise in future and they will earn huge profit But when the circumstances prove unfavourable, they have to sell to Persons who are aware of their bought position and who, therefore, keep out of the market as long as possible and thus force the bulls to accept as low as possible Under such circumstances, the bulls have to accept whatever prices are offered to them Thus they are said to be 'Trapped'

17. **Bear** Bears are persons who sell stocks or shares in the expectations of a fall in their value They sell in the goods and shares which they do not pessess, but rely on being able to buy them at a lower price The bears are pessimists, they believe the prices will fall and may be regarded as potential buyers

18 **To Go Short or Short Side of the Market** This phrase stands for acting as a bear

19 **Bear Sale or Blank Sale.** A forward sale made by a bear who does not possess the goods at the time of selling, but who hopes to buy them before the due date delivery is called a 'Bear Sale', a 'Blank Sale' or a 'Short Sale'

20 **Bear Covering** A bear speculator sells a future in the hope that prices will go down in future and then he will be able to purchase it at lower prices But if has calculation goes wrong and the prices begin to rise instead of falling, he will be compelled to start buying The purchases made by bears under such circumstances are known as 'Bear Covering '

21. **Stark Bear** A speculator who always acts as a bear and never as a bull is known as a 'Stark Bear'

22 **Bear or Bearish Factor** Any factor or reason which is likely to bring the prices down is known as a 'Bear or Bearish Factor'

23 **Bear Sentiment** An idea amongst the speculators that prices will go down is called a 'Bear' or 'Bearish Sentiment'

24 **Bear Tendency.** When the market shows a trend of falling prices, it is said that a 'Bear Tendency is prevailing in the market

25 **Bear Raid** When the bears try to bring down the prices of a commodity in the market by spreading artifical rumours, it is called a 'Bear Raid or 'Bear Tactics' It is the opposite of 'Bull Campaign

25 **Bear Squeeze** Sometimes it so happens that the heavy sales of a certain commodity made by bears pass into the hands of persons who know that there is a dear account in that commodity The latter, therefore, secure as much supply as they can, and then demand a very high price from the bear who has to purchase at the circumstance Such a bear is said to be 'Squeezed'

27 **Bear account or over-sold position** When the speculative sales of a certain commodity are more than the speculative purchases there is said to be a 'Bear Account' or an 'Over-sold Position' in that commodity

28 **Nervous Bear** When the expectations of the bear, speculators go wrong and the prices rise instead of falling, he becomes 'Nervous' and is known a 'Confused' or 'Nervous Bear' Sometimes (especially when he suffers a huge loss) he is qualified as 'Broken' or 'Routed Bear'

प्रस्ताव 29 **Tenders** The quantity of a certain commodity offered to be delievered by the bears on account of their forward sales, is known as 'Tenders' The goods which are available in a market for the purpose of being delivered in respect of forward contracts, are called 'Tenderable Stock'

30 **Stag** A stag is a speculator, a 'premium hunter, who buys the shares of a new company with a view to sell them at a premium to genuine investors before allotment

31. **Speculative Bout** Both the speculators—bulls and bears —try to bring the market under their respective influence Hence a sort of tug of war is created between them which is technically known as what we call 'Speculative Bout'

32 **Section** It is that part of a market which deals with one quality, type or *description of a commodity, e g*, a *Cotton* Exchange may have sections for Indian, American, or Egyptian varieties

स्टॉ 33 **Stock** The total amount of the goods available for sale in the market, is called 'Stock'

34 **Arrivalls** Supplies which are brought to the market for sale are known as 'Arrivals'

35. **Offerings** Commodities put up in the market for sale are termed as 'offerings'

36 **Turnover** The total amount of business done on any particular day or during a particular period is technically termed as 'Turnover' Sometimes the total sales are also known as 'Turnover'

37 **Offtake** It means total purchases made for present or future delivery at a certain time on the exchange

38 **Trade Callings** This term refers to the purchases made by the traders

39 **Reaction** This term indicates the opposite movement of prices when the upward or downward limit is reached

40 **Small Declines** This term stands for slight fall in prices

41. **Glut** When the supply of a commodity exceeds its demand and as a result of it the price goes down, it is said that there is a 'Glut' in the market,

42 **Snatching** When there is a limited supply of a commodity or when low prices are ruling in the market and heavy purchases are being made, it is called 'Snatching'.

43 **Under Tone** This term refers to future tendency of prices The world 'Under current' also conveys the same idea

44 **Boom** The term 'Boom' refers to a period when the prices are rising and the business is heavy

45 **Slump** This term is just the opposite of 'Boom' It refers to a period when the prices are falling and the business is small

46 **Market Quotation** A 'market quotation' is a record of prices and terms on which transactions have been effected on an exchange

47 **Market Price** It is the price actually given in current market dealings, i e, the price at which the demand and supply are equal

48 **Market Value** It is that price of a commodity which a person can expect to receive in the market

49 **Pet of the Market** It refers to that section of the market which is most popular, having much business and good prices

50 **Haggling** It refers to a process through which the buyers and sellers, by their offers and counter offers, agree as to the price at which sale of a commodity can be effected It is very common in retail market

51 **Unloading** It refers to sales

52 **Smart Ports** It means sharp rise in prices

53 **Recession** It means fall in prices "Dips' also convey the same.

54 **Rallies** It means advances in prices.

55 **Holders** It refers to sellers or holders of stock for sale in the market

56. **Pessimism** It refers to feeling that the future tendency of the market prices will be downward 'Optimism' is its opposite

57 **Settlement Days** These are the days fixed by the Stock Exchange authorities for settling forward contracts It may be fixed fortnightly or monthly Usually the Settlement continues for three days On the first day, the parties decide whether the contract is to be closed for cash or postponed for the next settlement day On the second day the names of purchasers and sellers are handed in The brokers' receipts for Stocks and Shares are also deliverd on the same day On the third day, money is paid and stock and shares are delivered

58 **Pit Trader or Scalper** This term stands for a speculator who purchases during trade season for the raise of gain by resale in the same market and within a very short period

59 **Long Corner** When due to their heavy purchases, the speculators occupy a monopoly position in respect of any commodity a long corner is said to exist in the market

60 **Rigging the Market** This term is specially used in stock and produce exchanges where the secret operations of bulls and produce force up the price artificially for their own profit but when the prices in a market have not fluctuated according to the expectations of the speculators, they try manipulate them in there favour by forming an organisation and carrying fictitious transactions Such an organised attempt on the part of the bulls is known as 'Rigging the market'

61 **Rings and Pools** These are associations of specaulators A 'Ring' is formed to withhold the actual supply of a commodity thereby to raise its price for market profits 'Pool' is an association of producers It is formed to eliminate cut throat competition among them

62 **Dumping** When any business men sells some part of his output in a foreign market at a price lower than that prevailing in the home market, he is said to be 'dumping' in the foreign market The idea behind this is out throw other competitors in the field and then monopolise and charge high prices

63 **Option**, An 'Option' is a right to purchase or sell certain goods within a fixed time at a price settled at the time of the option This right is obtained by paying a premium which is called 'option money' The giver or seller of an option is called the 'Option dealer' and the person who obtains the right to purchase or sell is called the 'option-holder

Types of Options There are four types of options —(a) Call option, (b) Put Option, (c) Double Option, & (d) Gale Option

(a) **Call Option or Teji Option** The 'Call option' gives the right to purchase or not, at the choice of the option holder at an

agreed future date a certain commcdity at an agreed price, which is known as the 'striking price'

(b) **Put Option or Mandi Option** The 'Put option' gives the right to sell or not at the choice of the option holder, at an agreed future date and at an agreed price

(c) **Double Option or Teji Mandi Option** It gives the right either to purchase or to sell at the choice of the option holder Indian market, double option (Call & Put Option) is known as 'Nazrana' The buyer of such auction pays double the consideration price

(d) **Gale Option** This gives a right to the buyer, to purchase or sell a certain commodity at a price higher or lower than the current market price ruling on the day of the contract In the case of Gale Option, the important element is price, while 'time' is important for 'double option'

64 **Hedging** 'Hedging' is a kind of insurance against loss in speculation A hedging transaction may be defined as a purchase or sale for future delivery intended to offset and thereby to protect a transaction already done

Example Suppose a trader has agreed to supply rice at a certain price at some future date Now the trader may purchase ready rice, in which case accomodation and insurance will become essential requiring sufficient money, or, he may purchase it at the time of fulfiling his commitment In this case it is possible that prices of rice may rise and thus the trader may loss on the contract These difficulties can be avoided if he buys a rice future at the time he sold rise for forward delivery Such contract is called 'fledge contract'

65 **Switching Over.** More often than not the operators in the future markets seek a transfer from one future position to another due to some reasons This transfer is called 'Switch Over' or 'Change Over' or 'Badla ' It is also called 'Satta Karna' For example, if a person, who has brought or sold 'Baisakh Wheat,' finds that the prices are against him before the date of Baisakh settlement, but they are likely to move in his favour thereafter, he may settle his Baisakh Business and enter into 'Bhaudon Contract ' i e he may 'switch over' from Baisakh to Bhaudon

66 **Straddling** It is a kind of speculation whereby an operator tries to make profit by speculating—(i) on the difference in prices of different future of a commodity in the same market, or (b) the difference in prices of the same future in two different markets or (c) On the difference in two or more future prices of a commodity in two or more markets Such a speculator is called a 'Straddler,' 'Straddle Operator,' or 'Spreader' The settling of such transactions is called 'Reversal of Straddle

67 **Arbitrage Dealings** When the prices of a commodity differ in two or more markets and if the difference is more than the cost of transportation and other incidental charges, the dealears

make simultaneous transactions of purchasing at a place where prices are low and selling the same at a place where prices are high Such transactions in market terminology, are called Arbitrage Dealings' Such dealings help in equalising the prices of a commodity in different markets

68 **Square Deal** When a bull sells what he has sold already, it is called 'Square Deal' When a forward transaction is cancelled by the payment of differences, the operation is variously known as 'Square Deal' 'Settlement or 'Switch off'

(II) PHRASEOLOGY

1. **Peak Price** When the price is the highest, it is known as 'Peak Price' 'To Prices' or 'Cap Price'

2 **Bottom Price** The lowest price is known as the 'Bottom Prices, 'Rock Bottom' or Base Price'

3 **Medium Price** When the prices are neither too high nor too low, they are represented by the terms 'Moderate,' 'Normal,' 'Level' or 'Medium Prices'

4 **With Sellers Over** When the price falls to the lowest limit at which the sellers stop to sell the goods, then this term is used

5 **With Buyers Over** This term is used when the price rises to the extent that the buyers stop to make purchases

6 **Dull Irregular, Uncertain or Stagnant** This term is used when the business in the market is done in very small quantities It is also expressed by the phrase—'The Market remained featureless throughout the day'

7 **Soft Price** This phrase represents low price indicating downward tendency

8 **Hard Price or Hard** This phrase represents high price indicating upward tendency

9 **Firm Foreign Cables** Good orders from foreign countries

10 **Easy Price or Easy** It means falling price or low price

11 **Shade Price or Shade.** Slight rise or fall in the price of any commodity is repersented by this phrase

12 **Flat Price or Flat Flow Price** It means low Price i e, a price almost touching the flow or bottom

13 **Second Hand Quotations** These are prices which are quoted by the traders or consumers

14 **First Hand Quotations** Prices which are quoted by producers and manufacturers to consumers or traders directly are called 'First Hand Quotations'

15. **Heavy or Brisk Volume of Business.** It means that the business was done in very large quantities

16 **Buyers of Contracts** The persons who purchase the goods for future delivery are called 'Buyers of Contracts

17 **To be Caught Napping** To get surprise when prices move on either side unexpectedly

18 **Set Back** When prices fall, after a period of brisk business, this term is used.

19 **Shed the Advance** This term is used when the price falls by the margin of increase over the precious rate.

20 **The Basis of Staple Cotton has Advance** The rate of staple cotton has risen.

21 **An Orgy of Speculative Activity** It means that there is too much or wild speculation in any commodity

22 **The Market is Heavily Over-Bought** It means that speculative purchases have exceeded speculative sales

23 **Star Turn** It means that there is some thing specially promising

24 **Lame Duck of the Market** Some thing easily hunted In the market, those goods whose prices fall considerably are called the 'Lame Duck of the Market'

25 **Revival of Speculative Interest** When speculators begin to purchase, it is called 'Revival of Speculative Interest'

26 **Bears Dominate the Market** It means that the bears are controlling the market when the prices go on falling

27 **The Market Seems to be Bottomless** It appears that there will be no end to the falling prices

28 **All Positions** It means all forward deliveries

29 **Spot Lots** It refers to goods available for giving immediate delivery.

30 **Trade Calling** Purchases made by merchants are called 'Trade Calling'

31 **Speculative Failures** It means that the speculators are unable to fulfill their obligations

32 **Rates are Sagging** It means that the prices are going down

33 **Improvements** It refers to a rise in price after dull conditions

34 **Replacement Business** Fresh orders

35. **Holiday Feeling** It indicates absence of business.

36 **To Hold Off** To Wait for

37 **Ardour or Zeal of the Market** It represents the firm tone of the market

38 **To Wait for the Bottom** It means to wait for the lowest possible prices

39 **To Buy Down the Market** To buy at the falling price

40 **Hazardous Business** Risky business

41 **Slippery Market** It means a market where price movements are uncertain

42 **Under the Grip of** It means that the market is under the control of

43 **April Commitments** It means purchases made for April Delivery

44 **Shippers** Shippers are the exporting and forwarding agents or the representative of the foreign cotton mills who make purchases of raw Indian cotton for exporting to their customers abroad or to their principals

45 **Quieter Feeling** Due to lack of demand business was very small and prices were falling

46 **Up Country Centres** Small consuming centres and feeder markets of the Suburb sand the State which consititute the regular demand side of the Bombay Piece goods' market

47 **Trade Demand.** Demand by local mills and up country dealers

48 **The Buoyancy of the Market** The High tone of the market indicating high prices

49 **Cold Weather Lines** Cloth suitable particularly of meet winters requirements

(III) MARKET REPORTS AND THEIR EXPLANATIONS

In this section we give below specimen market reports and their explanations

(1) "Bulls were disappointed and they liquidated their holdings inspite of unfavourable weather and other bullish factors"

Explanation This report describes the nervousness of the bulls They sold their stock at a loss to settle their contracts because they had no hope of a rise in prices They were so much afraid of the continuous fall in prices that even reports of unfavourable whether, which usually lead to a rise in prices, could not inspire them to wait for some time more

(2) "Jutes have been an irregular market and transactions have been confined largely to inner-leazar dealings, towards the close however, a little more investment enquiry has been noticeable and prices alround on Tuesday were appreciably firmer"

Explanation This is an extract from a Calcuta Share Market report It tells us that the prices of the shares of Jute companies were undergoing big fluctuations Hence the investors did not like to deal in them But some business was done by dealers among themselves. However towards the close of the period, slight

demand came from investors In consequence the prices of all the shares rose on Tuesday

(3) Bombay, Nov 8, 1961

Cotton futures opened steady around previous levels After declining on speculative selling they shot up by seven to eight points to close at the day's top levels or heavy bear covering A well known operator is said to have covered about 15,000 bales towards close .

Jarilla March opened stead at Rs 661/- It lost Rs 2/- earlier to Rs 659/- on realizing, but short up on heavy bear covering to close firm at Rs 670 50

The turn over was estimated at 25,000 bales Among foreign cotton, Budam was done at Rs 1,550/- Burogo at Rs 1,570/- and California at Rs 1,461/-

Explanation The above is a daily report of the Bombay Cotton Market The rates for forward transactions in the market were firm in the beginning Letter on a decline was noticed due to the forward sales made by speculators But the prices suddenly rose due to purchases by bears in large quantities A famous bear speculator purchased 15,000 bales to fulfil a past contract The opening rate for future contracts in Jarilla Cotton for March was quoted at Rs 661/- It fell down to Rs 659/- due to sales But the rate went up suddenly to Rs 670 50 when bears made large purchases The total sales of the day were 25,000 bales Transaction in some foreign types of cotton was done at Rs 1,550/- in Budam, Rs 1,570/- in Burogo and Rs 1,461/- in California The market thus shows a tendency of rising prices

(4) "While the intrinsic sentiment was distinctly pessimistic, the general trend in the local wheat market, during the week under review, was indefinite There were violent fluctuations which helped the operators Earlier in the week Jeth option declined by 8 nP per maund, owing to increased selling pressure from local merchants, outside speculators and liquidators But subsequently their selling was absorbed by Hapur and other up-country markets with the result that prices again came up to previous level "

Explanation The above is an extract from the weekly report of a local wheat market It tells us that the prices in the market had a tendency to fall The conditions were on the whole uncertain Due to flucuattons in the prices, both bulls and bears remained active In the early part of the week under review prices declined by 8 nP per maund due to sales made by local merchants but soon the jobbers from Hapur and other upcountry markets appeared as buyers and consequently the prices rose again to its previous level '

(5) "A notable feature of the week in the gold market was the unloading by the bull operators of their holdings for May settle ment' which resulted in the premium of 6 nP. per tola

for this delivery over the June being reversed to 6 nP per tola discount "

Explanation The above is an extract from the report of a gold market The report says that one important event of the week was large sale by bulls Prior to sales by bulls, May gold was 6 nP higher than June, but, as the result of bull sales, May price became 6 nP less than June In other word May gold fell by 12 nP

Standard Questions

(1) Explain the following terms and phrases —

(i) Bull Suport , (ii) Bull Account , (iii) Bull Outburst , (iv) Uncovered Account , (v) Bear Sale , (vi) Bear Covering , (vi) Stark bear , (vii) Bear Squeeze

(2) Distinuish between —

(a) Bulls and Bears (b) Ready and forward business (c) Speculation and gambling

(3) Carefully explain the meaning of —

(a) Straddling, (b) Switching over, (c) Hedging, (d) Double option, (e) Glut, (f) Square deal, (g) Arbitrage Dealings

(4) Give the proper explanation for the following phrases extracted from market reports —

(i) With buyers over, (ii) Secondhand Quotations, (iii) Brisk volume of business , (iv) The buoyancy of the market , (v) Cold weather lines , (vi) Firm foreign cables

(5) *BOMBAY OILSEEDS*

SHARP FALL IN CASTOR

BOMBAY, April 12—Oilseed futures *started easy here today* and declined considerably towards close *under heavy liquidation* and short selling following hints that the American authorities would soon be releasing huge stocks of seeds and oils from their stockpiles

Castor May lost more than two points Groundnut and cottonseed shed half a rupee each, but linseed closed only six nP lower

Castor commenced lower at Rs 174 87 and after improving to Rs 175 12, dropped to Rs 172 87 and closed at Rs 173 against the previous rate of Rs 175 25 Groundnut futures moved lower to Rs 215 from Rs 217 but latter recovered to close at Rs 216 50 Lineseed fluctuated between Rs 33 44 and Rs 33 19 and closed at Rs 33 37 *Cottonseed and groundnut oil futures attracted only small business*

(i) Explain the italicised expressions

(ii) Give the substance of the above report in your own words

RAJASTHAN UNIVERSITY

PRE–UNIVERSITY EXAMINATION, 1961

BUSINESS METHODS

Section A (भाग अ)

1 On 10 October 1960 Fraser & Sons Ltd London shipped the following goods, per s s 'Rajputana' to Bombay by order of Bansidhar Ramgopal, Cloth Merchants, Ajmer

Ten cases marked B R each containing 500 pieces of artificial silk each piece of 8 yds at $1\frac{1}{4}$ d per yd less $12\frac{1}{2}\%$

The charges in connection with the shipment were — Packing 7 s 6 d per case, Carriage to port 12 s, Dock charges 17 s 6 d, B/L etc 5 s, Freight at 20 s per ton of 40 cu ft plus 10%, the measurement of each case being 60"×42"×45", Insurance on £ 250 at 5 s per cent, Commission at 5 s %

You are required to make out the Invoice of the goods

निम्नलिखित विवरण के आधार पर बीजक तैयार कीजिए :—

१० अक्टूबर १९६० को फ्रेजर एण्ड सन्स लिमिटेड, लन्दन निवासी ने बंशीधर, रामगोपाल, कपड़े के व्यापारी, अजमेर को 'राजपूताना' जहाज से बम्बई को माल भेजा —

१० पेटी कृत्रिम रेशम जिसका मार्का बी० आर० है। प्रत्येक पेटी में ५०० टुकड़े हैं और प्रत्येक टुकड़ा ८ गज है जिसका मूल्य $१\frac{१}{४}$ पेन्स फी गज है और उस पर $१२\frac{१}{२}\%$ की छूट है।

निर्यात करने में नीचे लिखे अतिरिक्त खर्चे हुए हैं —पैकिंग ७ शि० ६ पे० प्रति पेटी, ठेला भाड़ा १२ शि०, घाट पर के खर्चे १७ शि० ६ पे०, जहाजी बिल्टी ५ शि०, जहाजी भाड़ा ४० घन फुट वाले प्रत्येक टन पर २० शि० तथा १०% प्राइमेज (अतिरिक्त दलाली), प्रत्येक पेटी का माप ६०"×४२"×४५", बीमा २५० पौं० पर ५ शि० सैकड़ा के हिसाब से और आढ़त ५ शि० सैंकड़ा।

2 Describe the procedure of sending goods by rail from one town to another, and mention the forms or documents which will have to be filled up and the procedure necessary to take delivery of goods

एक स्थान से दूसरे स्थान को रेलगाड़ी द्वारा माल भेजे जाने की व्यवस्था का वर्णन दीजिये। माल भेजने मे कौन से फार्म की आवश्यकता पड़ती है तथा माल को किस प्रकार से स्टेशन से छुड़ाया जाता है?

3 The acceptance of a Bill of Exchange may be either 'general' or 'qualified' Explain these terms and give two examples of a 'qualified acceptance

बिल पर स्वीकृति दो प्रकार से की जा सकती है—एक साधारण और दूसरी शर्त सहित। इन दोनों की व्याख्या कीजिए और शर्त सहित स्वीकृति के दो उदाहरण दीजिये।

4 Write short notes on any four of the following —

(a) Bonded Warehouse (b) Letter of Hypothecation (c) Letter of Credit (d) Del Credere Commission (e) Negotiable Instrument (f) Bill of Lading

निम्नलिखित मे से किन्ही चार पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए —

(क) कर देय गोदाम। (ख) बंधक पत्र। (ग) साख पत्र। (घ) परिशोध अभिकर्त्ता। (ट) वेचनसाध्य रक्का। (त) जहाजी बिल्टी।

5 What is a crossed cheque? Explain with examples the significance of the different forms of crossing on cheques

रेखांकित चैक किसको कहते हैं? चैक को भिन्न २ प्रकार से रेखांकित करने का क्या अभिप्राय है? उदाहरण देकर समझाइये।

6 Explain the following terms

(a) Delivery note, (b) I O U, (c) Holder in due course, (d) Days of grace

निम्नलिखित का अर्थ स्पष्ट कीजिये :—

(क) सुपुर्दगी पत्र, (ख) ऋण स्वीकार पत्र, (ग) नियमानुसार धारक, (घ) अनुग्रह दिवस।

Section B (भाग ब)

7 (a) Messrs Bhargava & Co change their place of business to more suitable quarters on account of increase in business Draft a circular letter as from them to their customers and also a letter to the Post Office intimating the change of address

(b) Explain the portions italicised in the following —

The tone of the sugar market improved appreciably due to bullish activities Later on the buoyancy of the market was marred by uncertainties regarding the reduction of the import duty. The market opened firm but gave way by the close of the month

Or

Bring out clearly the meaning of the follov
(a) Straddle, (b) Protected Bear, (c) Double
Corner, (e) Trapped Bull

८ (अ) कई महीने पहले आपने सुगनचन्द पन्नालाल, आगरा १
का माल उधार बेचा था। उन्होंने आपको १०० रु० भेजे हैं और अन्य मा०
आर्डर भी दिया है। उनकी रकम की प्राप्ति की स्वीकृति देते हुए कि एक पत्र लि
जिसमें उनसे शेष रकम भेजने का उल्लेख हो और उन्हें सूचित कर दीजिये कि अ०
आप उधार माल नहीं भेज सकते।

(ब) नीचे लिखे गद्यांश को सरल भाषा में समझाकर लिखिए —

विदेशों में कोई कारोबार न होने के कारण पटसन के सामान के बाजार में आज मुलायमी रही। कल बोरों के भावों में मजबूती का जो रुख दृष्टिगोचर हो रहा था वह भी मंदड़ियों के दबाव के कारण नहीं टिक पाया।

६ (अ) अपने एक ग्राहक को पत्र लिखिये जिसने याद दिलाने पर भी पिछले वर्ष अपना हिसाब साफ नहीं किया है। रुख दृढ होते हुए भी पत्र नम्रतापूर्वक लिखिए क्योंकि आप ग्राहक खोना नहीं चाहते।

(ब) निम्नलिखित खण्ड में काली पंक्तियों तथा शब्दों का विश्लेषण कीजिए —

भारत और अमरीका में प्रस्तावित संधि के कारण सराफे में तेजी की भावना रही। तेजड़ियों के समर्थन के कारण चांदी वायदा मजबूत रहा लेकिन अनधिकृत सोने की आमद की खबरों के फलस्वरूप सोने में कुछ गिरावट आई। जिन्होंने प्रारम्भ में खरीदारी की थी उन्होंने बाद में कटान की बताते हैं।